

CAI RT
74 R21

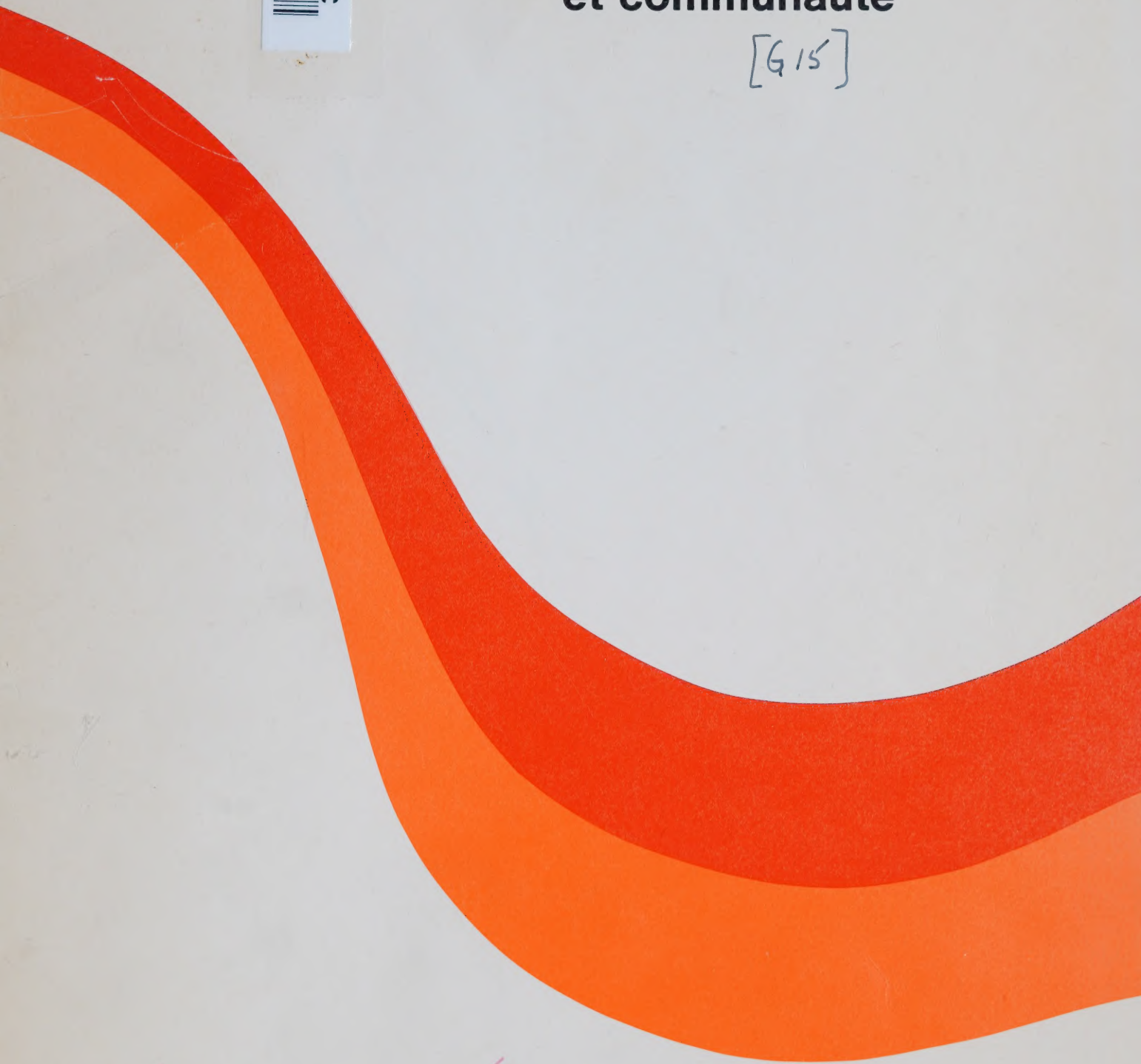



Canadian Radio-Television
Commission

Conseil de la Radio-Télévision
Canadienne

Radiodiffusion et communauté

[G15]





Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117091199>

CART
-74R21

~~Canada.~~ ~~Canadian~~ Radio-Television Commission.
[General publication]
[6-15]

Radiodiffusion et communauté

Publié par les Directions de la
programmation et de la recherche,
Conseil de la Radio-Télévision
canadienne

L'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de
ce livre peut être obtenue en écrivant au Conseil de la
Radio-Télévision canadienne.

Maquette: J. Chicoine

Information Canada

Ottawa

No de catalogue: BC92-6/1974F

1974

Avant-propos

La participation des communautés aux activités de radiodiffusion, qu'il s'agisse de radio, de télévision ou de télévision par câble est jeune, bien vivante et remarquablement diverse.'

Le Conseil a constamment encouragé toutes les formes d'expression communautaire par le moyen de la radiodiffusion en laissant les communautés libres de s'exprimer elles-même dans les formes et dans le but qu'elles avaient choisis. Le Conseil a consciemment évité toute action qui aurait pu gêner le développement de ces nouvelles formes de participation, d'accès et d'expression.

Cette publication, par conséquent, ne doit pas être considérée comme une expression de la politique du Conseil, ni même comme des directives concernant les meilleures méthodes d'expression communautaire. Au lieu de cela, il s'agit d'une collection d'articles soumis par des individus qui, depuis plusieurs années, ont participé ou étudié la radiodiffusion communautaire.

Les expériences décrites et les idées qui sont avancées diffèrent grandement. Elles sont également très variées dans leurs approches des détails techniques pratiques ou de questions philosophiques plus générales qui

peuvent prêter à controverse. Mais cela ne fait que refléter la diversité que l'on trouve dans toutes les communautés.

Toutes les idées contenues dans cette publication sont présentées comme une aide possible et comme un stimulant pour les nombreux groupes communautaires qui, à travers le Canada, ont travaillé et travaillent encore à engager leur communauté dans des efforts de radiodiffusion et qui, souvent, expriment au Conseil un découragement qui résulte de leur solitude et de leur isolement dans des communautés dispersées.

Le C.R.T.C. distribue cette publication dans l'espoir qu'elle permettra à tous ces groupes de partager des idées, des compétences et des expériences. Nous espérons que ces articles pourront aider à mieux comprendre comment les ressources de la radiodiffusion peuvent être utilisées dans une communauté vraiment active.

Pierre Juneau

Président

Conseil de la Radio-Télévision canadienne

Table des matières

Avant-propos

Liste des auteurs

Introduction à la radio et à la télévision conventionnelles C.P. Gossage	Aperçu du rôle et des mutations en cours dans la radiodiffusion canadienne. Défis de la programmation communautaire.	1
Survol des expériences de media communautaires Linda Mitchell	Aperçu de l'évolution de l'utilisation de la radio, de la télévision et du câble que viendront compléter les autres articles.	3
La participation et les groupes communautaires Vianne Lyman et Gail Martin	Notion de groupe. Les types et les rôles des groupes communautaires. Les facteurs de leur croissance et de leur survie.	13
Les media, miroir de la communauté Colin Low	Réflexions sur des expériences auxquelles l'auteur a participé, leur impact. Suggestions en vue d'une utilisation plus efficace des media.	21
La création des groupes et l'utilisation des media Wendy O'Flaherty	Création des groupes et les obstacles rencontrés au cours de leurs activités. Relations entre les groupes et les media.	31
Les conseils communautaires Mario Santerre	Examen de quelques expériences québécoises dans l'organisation de la programmation communautaire dans les systèmes de câble.	37
Les ressources de la communauté Stephen Callary	Etapes pour l'inventaire de l'équipement audio-visuel disponible dans une communauté. Politiques de prêts de différentes organisations.	45
L'impact de canal communautaire sur les auditoires Entrevue d'André Chagnon	Exploration des méthodes utilisables par les canaux communautaires pour constituer des auditoires et stimuler la participation.	49
La programmation communautaire et la vie politique Gordon Galbraith	Télévision communautaire et politique. Discussion de son utilisation.	53
Le C.R.T.C. et la participation du public Barry Kiefl et Nancy Wright	L'organisme de surveillance et de réglementation de la radiodiffusion canadienne; le fonctionnement et les règles de procédures des audiences publiques.	57
Quelques notes sur la législation Mary Eberts	Législation sur l'accès aux ondes, la constitution en société, les associations de bienfaisance, le droit d'auteur et la diffamation.	61
Les installations techniques de la radio communautaire Doug Baer	Avenir de la radio communautaire; son outillage. Facteurs du choix d'un medium.	71
La planification des ressources et de l'emploi du temps J. Richard Bertrand	Planification des ressources humaines et matérielles. Compte rendu de diverses expériences.	83
La technologie de la télévision communautaire W.G. Pither	Outillage nécessaire à la programmation communautaire. Progrès récents. Description sommaire du fonctionnement des systèmes de télévision par câble.	91
Les techniques de production Stephen Moss	Réalisation, éclairage et prise de vue à la télévision communautaire. Techniques du film et du vidéo.	97
Les formules d'émissions C. Richards	Parallèles entre diverses émissions communautaires et certaines formules d'émissions conventionnelles.	109
Liste des termes		123
Bibliographie		127

Les auteurs

Doug Baer

J. Richard Bertrand

Stephen Callary

André Chagnon

Mary Eberts

Colin Low

Vianne Lyman

Gail Martin

Linda Mitchell

Wendy O'Flaherty

W.G. Pither

Personnel du C.R.T.C.:

Gordon Galbraith

C.P. Gossage

Stephen Moss

C. Richards

Mario Santerre

Nancy Wright

Coordination: Barry Kiefl

Wired World Inc., Kitchener-Waterloo, Ontario

Ottawa Cablevision Ltd. Ottawa, Ontario

Coordonnateur du projet de télévision communautaire
Kival, Montréal, Québec

Président de Vidéotron Ltée, Vaudreuil, Québec

Faculté de Droit, Université de Toronto, Toronto,
Ontario

Office national du Film, Montréal, Québec

Département des communications, Université Simon
Fraser, Burnaby, Colombie Britannique

Département des communications, Université Simon
Fraser, Burnaby, Colombie Britannique

Journaliste, Ottawa, Ontario

Consultant, Vancouver, Colombie Britannique

Premier Cablevision, Vancouver

Introduction à la radio et la télévision conventionnelles

C.P. Gossage

Les articles de cette publication vous invitent à réfléchir sur de nouvelles méthodes d'utilisation de la radio et la télévision, de façon à réaliser des projets communautaires ou personnels.

Ces articles relatent des expériences poursuivant des objectifs nouveaux dans le monde de la radio et de la télévision. Si dans certains cas, on a tenté et on tente encore d'adapter un outil compliqué à des fins nouvelles, dans d'autres cas, on semble avoir établi avec assurance de nouveaux modes d'utilisation qui ont accru les choix offerts par la radio et la télévision.

Même si nous avons tendance à prendre les services actuels pour acquis, il est utile de décrire clairement et brièvement le fonctionnement et les services offerts par la radio et la télévision dite "conventionnelles." Ce n'est qu'après avoir pris connaissance d'un système compliqué qu'on peut l'adapter à de nouveaux usages. En outre, on ne peut comprendre les difficultés et les réalisations des artisans de la programmation communautaire qu'en comprenant le mode d'utilisation traditionnel des media.

Tout d'abord, les possibilités de recevoir sur le champ les divertissements ou les informations de son choix sont limitées. Avec les méthodes modernes, de mise en marché où l'on dispose d'un éventail considérable, ces choix sont normalement possible. La radiodiffusion constitue un type très particulier de "marché," qui ne permet que très difficilement de satisfaire les goûts et les besoins individuels.

Pourtant, même si on crée de nouvelles stations et que de nouveaux canaux deviennent disponibles pour la transmission par câble, le progrès n'est pas aussi grand qu'on pourrait le croire. Il existe plus de 60 stations de radio dans la ville de New York, mais seulement 4 types de stations réellement différentes les unes des autres.

On a expliqué ce phénomène en disant que la radiodiffusion cherchait à présenter des émissions offrant le moins de prise à la critique. Si le principal critère pour déterminer votre succès réside dans le nombre de votes ou simplement de "oui" obtenus, vous ne pouvez vous permettre de diffuser un produit qui plaira à quelques-uns et déplaira à la majorité.

La radiodiffusion ne semble s'adresser qu'aux préférences partagées par un même public, plutôt qu'aux intérêts ou aux besoins spécifiques d'individus ou de petits groupes, bien que les législateurs, les hommes publics et les organismes de réglementation rappellent sans cesse aux radiodiffuseurs leurs responsabilités envers le public et cela au nom de ce même public.

•Le principe de la responsabilité publique a été exposée publiquement au cours des années. Essentiellement, il vise à faire partager à tous les Canadiens des expériences communes et à leur

faire mieux connaître les différentes parties du Canada grâce à la radiodiffusion. En outre, il a pour objectif de permettre aux Canadiens de voir et d'entendre une programmation de qualité.

•Chaque titulaire de licence a la responsabilité de produire un certain nombre d'émissions directement reliées aux intérêts de la communauté qu'il dessert.

Où se situe l'apport du public dans cette structure de devoirs et d'obligations? Comment reconnaît-on ses désirs, individuels ou collectifs, pour certains types de services ou de programmation?

Puisque chaque individu ne peut ni posséder son propre émetteur, ni s'assurer les services exclusifs d'une station, les représentants élus doivent définir les règlements relatifs à la responsabilité publique des propriétaires de ces stations.

Récemment, on a commencé à réserver des espaces à l'intérieur de ce système, spécialement sur les canaux dédiés à la programmation locale de la télévision par câble, dans le but de favoriser la participation du grand public à la radiodiffusion. Cet ouvrage porte sur les expériences de ceux qui ont utilisé ces espaces restreints pour établir des relations totalement différentes entre les radiodiffuseurs et le public. Par conséquent, l'importance de leurs expériences ne se mesurent pas en les comparant au système actuel, mais plutôt en évaluant l'apport fait à ce système, et en s'interrogeant sur la structure différente que l'on pourrait créer en marge de celui-ci.

Traditionnellement, la relation entre le radiodiffuseur et le public est créée grâce à la programmation. Quel type de programmation, quel genre de services sont offerts et de quelle façon nous en servons-nous dans le système conventionnel?

Les éléments de base de la programmation destinés à exercer un attrait sur les masses, que ce soit à la radio ou à la télévision, relèvent de formes qui sont antérieures à ces media. Les intrigues et les situations familières du mélodrame théâtral, les conflits domestiques et les relations établies dans les feuilletons, le style d'action et de mouvement développés dans les premières années du cinéma muet, les histoires de pays lointains et les scènes exotiques, les comédies, le music-hall, le vaudeville, le rituel du sport et de la compétition, la vie personnelle et les allées et venues des célébrités et des grands de ce monde—ce sont là quelques-uns des éléments classiques du divertissement de masse que la radio a largement adaptés, puis, dans une certaine mesure, abandonnés au profit de la télévision.

Depuis des générations, ces formes de spectacle ont divertie, touché, et conservé la faveur du public.

A cette programmation la radiodiffusion a ajouté les nouvelles et les affaires publiques, en empruntant à l'imprimé et au journalisme photographique. La radio, pour sa part, a ajouté la musique enregistrée, les chansons populaires et les mélodies du jour.

Les rapports sur la météo et sur la circulation donnés à la radio et les informations précises et vitales fournies par la radio et la télévision lors de situations d'urgence ou de catastrophes sont peut-être les meilleurs exemples illustrant les éléments caractérisant les rapports de nature différente avec l'auditoire. Grâce à ces services, nous pouvons recevoir une aide immédiate et efficace dans des situations difficiles. Ils nous fournissent les renseignements nécessaires à l'action. Ils entrent en communication immédiate avec nous afin de nous donner sur le champ ce dont nous avons besoin.

Occasionnellement, un radiodiffuseur utilisera sa station comme un moyen de communication "privé" afin de transmettre des informations, par exemple au sujet d'un décès survenu dans une famille ou d'un individu impossible à rejoindre par des moyens ordinaires. Les services de Radio-Canada dans le Grand Nord et certaines stations éloignées ou isolées sont encore utilisés pour transmettre des messages personnels.

La combinaison du téléphone et de la radio ou de la télévision permet parfois l'expression individuelle appropriée aux besoins du moment.

Ces services à la communauté et l'accès aux ondes par le truchement des émissions de "ligne ouverte," représentent un changement notable par rapport aux formes de programmation axées sur le divertissement qui relègue le public au rang de pur spectateur. Lorsque la radio vous prévient que l'autoroute locale est recouverte de verglas et dangereuse, vous n'êtes plus un simple spectateur mais une personne qui reçoit une information essentielle.

Par conséquent, le véritable défi qui se pose à ceux qui recherchent de nouvelles méthodes de radiodiffusion est de transformer les spectateurs en participants, peut-être même de mettre sur pied des expériences de programmation qui inciteraient les gens à fermer leur appareil et à passer à des gestes concrets. Ils pourraient prendre la forme d'une étude plus approfondie d'un sujet, d'un engagement dans un programme d'action volontaire.

Le défi consiste non pas à créer un sous-système amateur qui posséderait les mêmes structures et les mêmes formes, mais à trouver des modes d'utilisation entièrement différents des techniques propres à la

radio et à la télévision conventionnelles. Les articles qui suivent démontrent que ce processus de création est amorcé.

Malgré l'intérêt croissant pour les nouvelles formes d'utilisation des "media", (comme les initiés appellent la radio, la télévision et le matériel audio-visuel), malgré les espoirs et l'idéalisme souvent exprimés, il importe de souligner qu'il ne s'agit encore que d'un commencement.

La principale difficulté à surmonter si on veut renforcer le travail déjà accompli et si l'on veut aller au delà de ce point de départ réside dans la nécessité d'augmenter, par un effort majeur, la prise de conscience du public des possibilités qui s'offrent à lui de participer au développement du plus mystérieux de tous les moyens de communication.

Dans son article Colin Low, un des pionniers dans l'utilisation des media communautaires, déclare: "Une longue route reste à parcourir avant d'arriver à employer de façon efficace les media à des fonctions sociales créatives. Les gens doivent comprendre que des valeurs fondamentales sont en jeu. Ils devront réaliser la menace potentielle des media, ses effets chez les enfants et la relation entre ceux-ci et la famille. Ils devront aussi découvrir d'autres caractéristiques; la tendance à homogénéiser les différentes cultures(...) et à transformer le public en simple spectateur."

La plupart des pionniers dans ce domaine, ceux qui essaient d'amener le public à se servir de la radio, de la télévision ou du canal communautaire, se rendent compte que l'éducation du public devient leur principal objectif.

Une personne ayant une longue expérience de la télévision communautaire nous disait récemment: "Les gens doivent devenir conscients de *l'existence* du canal 10 (le canal local de la télévision par câble) et du fait qu'il pourrait être différent. Je me propose d'aller au devant d'eux et de susciter leur participation active. Cela prendra du temps, mais le temps est ce qui nous manque le moins."

Ce que nous espérons à la suite de cette publication, c'est qu'elle convainque certains lecteurs que les instruments de communication et de fabrication d'images les plus puissants que l'homme ait jamais inventés leur sont accessibles et en surcroît qu'ils comprennent ce qu'est la radio et la télévision conventionnelles, ce que ces media peuvent devenir au moins partiellement et qu'il leur est possible de jouer un rôle actif dans ce développement.

Survol des expériences de media communautaires

Linda Mitchell

En juin 1970, on parlait beaucoup de l'expérience de l'île Fogo dans les milieux intéressés aux communications. L'Office national du Film avait envoyé une équipe, sous la direction de Colin Low, dans une île au large de Terre-Neuve; elle avait pour but d'améliorer la qualité de la vie des résidents par l'emploi de techniques cinématographiques. L'idée n'était pas nouvelle. Low s'y intéressait depuis le tournage d'un film, au Klondike, en 1954; mais pour la première fois, on se servait délibérément de l'image dans le but de provoquer des changements sociaux.

Cette expérience est maintenant inscrite dans l'histoire des communications canadiennes. Utilisant de nouvelles méthodes, Low et son équipe tournèrent huit émouvants documentaires sur la vie quotidienne des citoyens de l'île Fogo. Chaque participant avait le droit de contrôle sur les séquences où il apparaissait; il disposait d'un droit de veto sur la distribution du film. Cette participation a permis aux habitants et à leur communauté de se voir sous un jour nouveau.

Au moment de l'arrivée de l'équipe de l'O.N.F., l'île Fogo était dans une situation pénible: 60% de la population vivait du bien-être social, son moral était lamentable et le gouvernement provincial tentait de la persuader de déménager vers une "zone urbaine plus viable." Au moment où ils acceptèrent de participer à l'expérience conjointe de l'O.N.F. et de la Memorial University Extension Service, les habitants de l'île Fogo étaient aculés au pied du mur.

La communauté en retira immédiatement un bénéfice énorme; le moral des citoyens s'améliora considérablement et d'anciens métiers, comme la construction navale, furent convertis en de nouveaux pratiqués à domicile. L'avenir semblait meilleur et la population croyait désormais qu'il pouvait être contrôlé.

L'île Fogo est devenue un point de mire de tous ceux qui sont concernés par les communications communautaires: ceux qui croient que les individus doivent cesser d'être passifs et qu'ils doivent contrôler, non seulement les événements qui influencent leur existence, mais aussi les moyens de communications qui interprètent et rendent publics ces événements.

Ce texte pourrait aussi s'intituler: "Après l'île Fogo, quoi de neuf?" car plusieurs expériences de communication communautaire ont subi l'influence—pas toujours bénéfique—de la magie particulière du succès de l'île Fogo.

Le système canadien des communications est assez riche en innovations, en partie à cause des dimensions incroyables de notre pays. Mais il y a peut-être une autre raison (il s'agit d'une hypothèse personnelle que je déteste mentionner) nous parlons beaucoup, comme

le témoigne notre taux d'utilisation du téléphone le plus élevé au monde.

Ajoutez-y trois autres facteurs d'ordre social, technologique et administratif. Ainsi, le magnétoscope n'aurait pas été exploité de manière aussi intensive, s'il n'y avait eu, dans les années soixante, un mouvement général d'intérêt pour les problèmes politiques concrets, les organisations communautaires, les communications chez les populations indiennes et esquimaudes et la participation des citoyens à la planification urbaine. Il est d'ailleurs possible que ces facteurs n'auraient pas eu autant d'importance si nous n'avions pas eu l'île Fogo—qui démontra clairement que l'image et la participation pouvaient susciter des changements sociaux.

Cette délicate et harmonieuse imbrication des forces sociales et des réalisations technologiques reçut un nouvel élan en juillet 1971, quand le C.R.T.C. annonça qu'il encourageait les systèmes de télévision par câble à mettre des canaux à la disposition de leur communauté. Depuis lors, la situation s'améliore et la programmation communautaire se développe et prend des formes plus définies.

Il en résulte une vaste exploration des possibilités offertes au public par les moyens de communication. Au cours des trois dernières années, les Canadiens ont montré qu'ils n'avaient pas seulement un intérêt sérieux pour les communications, mais qu'ils considéraient normal de mettre la main à la pâte. C'est l'objet de ce chapitre.

Pourquoi la programmation communautaire? Comment et avec quels media?

La manière la plus simple d'examiner les divers problèmes, solutions, possibilités et décisions reliés à la programmation communautaire consiste à imaginer un groupe, un environnement et un but. Nous pouvons alors les utiliser pour explorer les choix réels offerts à ceux qui s'engagent dans cette activité.

Notre groupe habite une ville d'environ 100,000 habitants. Elle abrite deux industries principales: une usine de laminage et une usine de potasse; elle dessert les zones agricoles environnantes. La ville abrite aussi une université, un centre artistique, une galerie d'art, bref, tous les avantages habituels d'une ville de cette dimension. Dans les quartiers les plus pauvres habitent une population relativement importante d'Indiens et de Métis et un certain nombre de citoyens de descendance ukrainienne.

Notre cité possède un journal (éditions du matin et de l'après-midi), trois stations MA (l'une appartenant au

propriétaire du journal et l'autre à la Société Radio-Canada), une station MF, deux stations de télévision (Radio-Canada et CTV) et deux systèmes de télévision par câble. Ces systèmes se partagent la ville en deux parties presque égales et réservent un canal consacré à la programmation communautaire. Il y a aussi deux hebdomadaires publiés par la communauté; le premier est un journal d'information sur les événements locaux; le deuxième offre des analyses "socialisantes" des activités politiques locales.

Les deux systèmes de télévision par câble disposent de matériel vidéo portatif et d'équipement de studios limités. Il existe aussi de l'équipement audio-visuel l'université et au collège technique, mais ils ne sont généralement pas accessibles au grand public.

Notre groupe (l'Association pour la planification communautaire du quartier nord) a été mobilisé depuis deux ans dans l'élaboration, conjointement avec l'Hôtel de Ville, d'un projet de planification du quartier nord. Le quartier est assez vieux, hétérogène et il abrite essentiellement des ouvriers, des vieillards, des Indiens, des Métis et un petit nombre d'étudiants. Comme il se trouve près du centre-ville, on y a érigé une douzaine de gratte-ciel aux dépens des résidences privées et des parcs; ces constructions inciteront les 16,000 habitants du quartier à créer une association afin de forcer la ville à tenir compte de leurs opinions dans le processus de planification.

L'association compte de nombreux membres, mais son influence sur la communauté reste limitée; le plus difficile est d'informer le quartier des progrès accomplis. Bien que de nombreux articles paraissent régulièrement dans les journaux de la communauté, peu de gens ont été sensibilisés. L'association s'attend à une confrontation avec les autorités municipales lors de l'étape finale du projet. Elle doit fournir des informations plus nombreuses à son quartier afin de s'assurer de son appui au moment de la crise. Mais comment?

La première alternative est de s'adresser aux media de masse. La radio, la télévision et les journaux sont prêts à les entendre: le responsable du groupe tient une conférence de presse où il distribue de la documentation. Lors du compte rendu, les membres de l'association réalisent que leur message a été tronqué, altéré et arrangé de manière à le rendre conforme aux besoins du "papier" ou du "sujet" tels qu'interprétés par le reporter.

Le groupe réalise que s'il désire que les media lui soient utiles, il lui faudra contrôler l'information. Mais c'est impossible. Il décide alors d'utiliser ces organes de trouver d'autres moyens de disséminer son information.

Il définit d'abord quelles sont les informations à transmettre:

- 1) les projets du groupe au sujet du quartier
- 2) les projets de la ville
- 3) la crainte que la ville ne soit sur le point de rejeter les projets du groupe pour adopter et appliquer les siens.

Un examen rapide lui révèle qu'à part les réunions générales, les affiches et les journaux de la communauté, il a deux autres possibilités en dehors des organes d'information commerciaux: la réalisation d'émissions à l'un des canaux communautaires du câble ou l'envoi de textes rédigés par un pigiste à Radio-Canada.

Mais le groupe ne possède pas les ressources humaines nécessaires à la rédaction de textes, il lui reste la possibilité d'utiliser le câble, dont il ne connaît pratiquement rien.

Il apprend que les propriétaires des deux systèmes locaux de télévision par câble interprètent différemment leur mandat. Le premier croit qu'il est préférable d'initier les membres de la communauté aux techniques, puis de les laisser manipuler les appareils, leur permettant même d'enregistrer à l'extérieur. Ce propriétaire fournit des producteurs (ou animateurs) que consultent les groupes lors de la conception et de la production de leur émission.

Ce propriétaire comprend que la fréquence des émissions dépend des besoins du groupe et qu'elle se modifie selon l'évolution de la communauté. Même s'il est obligé de préparer des horaires complexes, le propriétaire du système reconnaît que la rigidité nuirait aux groupes et à la communauté qu'il doit desservir.

Le second système dispose d'installations couleur et de studios perfectionnés et coûteux; aussi est-il réticent lorsqu'il s'agit d'extérieurs. D'après notre association, cette entreprise présente deux autres inconvénients importants: elle hésite à aborder les problèmes politiques épineux et elle préfère les groupes qui se proposent de produire une "série" de treize émissions hebdomadaires d'une demi-heure.

Notre groupe se compose de bénévoles qui occupent tous un emploi à plein temps et ignorent le maniement de l'équipement vidéo; d'ailleurs, leur sujet n'est pas assez vaste et ils ne peuvent s'engager dans une série de treize émissions. Quatre ou cinq membres sont très intéressés par cette technique et sont prêts à y consacrer leur loisir afin d'en acquérir les rudiments.

Lors d'une rencontre avec le propriétaire du premier système, le groupe apprend que leur quartier est situé dans les limites du second système; force leur est d'utiliser ce dernier. Finalement, il obtient la permission d'enregistrer son émission avec l'aide du premier système; elle sera transmise les deux systèmes: le premier propriétaire ayant décidé que la participation des citoyens à la planification urbaine est suffisamment importante pour justifier sa présentation à l'ensemble de la population.

On fixe les objectifs et on planifie l'émission avec l'aide du producteur. Il est décidé de montrer les traits généraux du quartier et ses zones vulnérables. Les interviews à domicile, enregistrées sur vidéo, feront ressortir les différents points de vue. Tout ce travail est fait par le groupe. Il demande aux planificateurs et aux politiciens municipaux de présenter leurs opinions et prépare des graphiques sur les deux projets.

Le groupe adopte le format général de l'émission—toujours avec l'aide du producteur—et délègue trois membres à une table ronde présentée durant les dix dernières minutes de l'émission.

Le système de câble leur accorde un certain temps pour le montage des séquences extérieures et deux heures de studio afin d'enregistrer diverses autres séquences. Le groupe juge alors l'émission trop complexe pour une diffusion en direct et opte pour le différé.

L'enregistrement se déroule sans heurt. Les membres qui font office de techniciens sont visiblement heureux de leurs nouvelles compétences et tous sont d'accord pour dire que le point de vue du groupe a été bien présenté au cours de la table ronde. Sur les conseils du propriétaire, l'émission est annoncée dans la section télévision des journaux et des tracts sont distribués dans le quartier. Il ne reste plus qu'à attendre la diffusion de l'émission, le lundi suivant.

Au cours de la réalisation de l'émission, des changements s'étaient produits dans le groupe. Certains avaient aimé ce travail et s'y étaient dévoués avec un rare enthousiasme, d'autres étaient mécontents et pestaient contre les fanatiques du vidéo et Marshall McLuhan.

Les participants réalisaient que, durant ces trois semaines, ils avaient investi beaucoup de temps et d'énergie et que les affaires courantes de l'association avaient été négligées. Ils comprenaient que, quelque soit le résultat de l'émission, ils ne pouvaient continuer sans améliorer leurs structures et devaient recruter des volontaires. Malgré tout, ils s'accordaient sur la richesse de l'expérience.

L'émission était diffusée le lundi soir et le groupe attendait impatiemment les réactions: coups de téléphone, lettres, etc. Il en reçut peu. C'était la même chose aux bureaux des systèmes de câble.

Une discussion sérieuse s'ensuivit. Qui avait regardé l'émission? Comment connaître leurs réactions? Ils décidèrent alors de convoquer une assemblée générale. Ils découvrirent que peu de gens avaient regardé l'émission, mais ceux qui l'avaient vu se montraient enthousiastes. Au cours de la discussion, ceux qui ne l'avaient pas vue demandèrent une reprise. Le groupe pouvait-il la repasser au centre communautaire?

Le personnel du système de télévision par câble les informa que leur enregistrement n'était pas effacé; une projection fut donc organisée. Cette fois, le groupe fit une campagne de publicité par téléphone et envoya des communiqués à la presse locale. Les gens vinrent en bon nombre et la projection fut suivie d'une longue discussion. Les participants affirmèrent que c'était leur meilleure réunion: on avait discuté des questions soulevées par l'émission sans s'écarter du sujet. L'assemblée se mit d'accord sur la proposition à présenter à l'Hôtel de Ville le mois suivant.

Après cette assemblée, le groupe se réunit pour examiner la situation. De toute évidence, la réalisation de l'émission, sa diffusion et sa projection devant

l'assemblée générale avaient provoqué une discussion utile. Bien que l'assemblée générale se soit montrée favorable à de nouvelles réalisations du genre (par exemple, un document audio-visuel à l'intention des autorités municipales sur les besoins des citoyens) le groupe devait néanmoins être prudent, à cause des exigences énormes de temps et d'argent. Il créa un sous-comité chargé d'étudier la question et, le cas échéant, de faire des recommandations sur une répartition équitable du travail.

Bien sûr, ces événements sont fictifs. Il n'existe pas, au Canada, de groupe communautaire aussi cohérent et aussi uni. Il s'agissait là d'un moyen commode de montrer les possibilités et les risques inhérents à la production d'émissions. Bien qu'extrêmement simplifié, ce scénario permet d'esquisser un cadre général utilisable par divers groupes au moment de la prise de décision. Nous devons réaliser que chaque groupe et chaque individu possède des buts et une approche spécifiques. Chaque groupe travaille dans un milieu différent: localité rurale, centre urbain, origine ethnique, évolution sociale, loisirs, religion, éducation. Les combinaisons et variations de ces éléments sont aussi diverses que le pays lui-même.

La programmation des câbles

Le *Ottawa Senior Citizens Council* est un bon exemple d'un groupe réalisant sans problème des émissions. Il diffère des groupes de quartier parce que son auditoire est disséminé dans toute la ville. Il réalise ses émissions avec Skyline Cable pour les retransmettre par Ottawa Cablevision.

Le Council prépare une émission hebdomadaire d'une demi-heure intitulée, *Coming of Age*, qui est un amalgame d'interviews, de rencontres enregistrées sur ruban magnétoscopique et d'informations sur les problèmes de nutrition et de santé. Une ou deux personnes d'un groupe de retraités animent l'émission.

Le groupe s'est acquitté simplement des tâches d'organisation et on doit le féliciter pour sa méthode de travail. Un comité de diffusion est responsable de l'émission et fait périodiquement rapport au Council. Il a obtenu une subvention de Horizons Nouveaux pour l'achat d'un portapak et pour le règlement des dépenses courantes.

Conscient de son ignorance le comité de diffusion engagea John Blake, un jeune homme d'Ottawa, possédant une certaine expérience de la radiodiffusion. "Il est très facile de travailler avec eux, dit-il, ils ont un grand esprit de coopération et je crois que cette émission a suscité un intérêt véritable chez les retraités d'Ottawa."

"Nous avons fait l'été dernier un sondage restreint qui a révélé que 26% des retraités d'Ottawa regardaient régulièrement Comparativement à la côte d'écoute normale des canaux communautaires, ce chiffre est phénoménal."

Blake n'a qu'un regret: il aimerait que les retraités participent davantage aux décisions concernant les émissions. Pour ce faire, il a incité le comité de diffusion

à se charger de quatre domaines d'activité, notamment la nutrition et la lecture à haute voix pour ceux dont la vue est mauvaise.

En travaillant à cette émission, Blake a pris conscience des besoins des retraités et, encouragé par le succès obtenu, il a avec eux une série de huit émissions d'une heure traitant de divers aspects de la retraite. Cette série fut présentée à plusieurs reprises sur les canaux communautaires locaux et actuellement un ministère l'utilise comme instrument pédagogique dans son programme de pré-retraite pour ses employés.

Cette association de retraités fonctionne sans heurt. L'engagement d'un employé à plein temps réduit la tâche de ses membres et, les émissions étant destinées à un public spécifique dont les besoins sont clairement définis, il existe entre les programmeurs et le public moins de frustration et plus de compréhension.

Tous ceux qui ont produit des émissions à la télévision par câble ont trouvé leur travail plus simple quand leurs émissions s'adressent à un public défini. C'est pourquoi les groupes ethniques du Canada se trouvent parmi les utilisateurs les plus satisfaits et les plus fréquents des canaux communautaires en zone urbaine. Pour la plupart de ces groupes ethniques, la télévision par câble a fourni la première occasion d'utiliser les communications électroniques.

Studio Italiano produit des émissions à Toronto depuis l'hiver 1971. La communauté italienne a répondu avec enthousiasme: ils ont aujourd'hui une équipe de trente volontaires qui diffusent des émissions quotidiennes sur quatre systèmes torontois de télévision par câble. *Studio Italiano* existe aujourd'hui grâce au travail acharné de deux personnes; Nick Fortunato et Sylvia Pylpiak. Les émissions diffusées en langue italienne comprennent des nouvelles, des informations, du sport (soccer) et des variétés. Voici quelques émissions typiques de *Studio Italiano*: *Caleidoscopio*, une heure d'interviews, enregistrés à l'extérieur concernant des sujets tels la religion, l'immigration, les drogues et la politique; *Telegiornale*, une demi-heure de nouvelles internationales, nationales et locales, un éditorial et une rubrique des sports mondiaux; et *A Che Gioco Giochi-amo*, émission de variétés d'une heure.

Pour résoudre les problèmes posés par la dispersion géographique de leur public, ils diffusent leurs émissions sur quatre des douze systèmes de Toronto. Cette situation crée un certain nombre de difficultés. C'est pourquoi ils désirent se procurer leur propre équipement mobile. Ils sont cependant satisfaits de la coopération des systèmes qu'ils utilisent.

Bien qu'une grande part du succès de *Studio Italiano* soit dû à Fortunato et Pylpiak, il faut aussi noter que le succès est en partie assurée lorsqu'on dessert une communauté spécifique. En général, les minorités ethniques du Canada n'ont pas été gâtées par les media. C'est pourquoi, elles se sont lancées si ardemment dans la programmation communautaire; elles démontrent aussi l'importance des interrelations étroites dans une communauté.

L'esprit communautaire des campagnes et des petites villes canadiennes est légendaire. L'isolement rend les gens plus dépendants de leurs voisins et notre tradition de pionniers a favorisé les relations de bon voisinage. Aussi ne faut-il pas être surpris de trouver de petits systèmes de câble fonctionnant avec beaucoup de succès dans les communautés rurales.

Le système de Campbell River, C.-B., est le seul système canadien appartenant à la communauté. A Madoc, Ontario, un retraité, propriétaire d'une quincaillerie, a fait participer tout un village à l'exploitation du canal communautaire de son système.

Madoc est une localité de 1400 habitants; elle est située à 22 milles à l'est de Belleville dans le comté de Hastings, une zone agricole. Le système de près de 400 abonnés appartient à Gordon Pigden et Glen Nickle.

Pigden coordonne la programmation communautaire dans un studio installé au-dessus de son magasin. Sa philosophie ("chaque communauté a besoin de sa tribune libre") est adaptée aux besoins spécifiques de la localité et de ses habitants. Il n'a jamais fait un sous de profit—étant sans doute un de ces nombreux propriétaires du pays qui réinvestissent intégralement tous leurs profits dans les émissions communautaires.

Un dimanche sur deux, les habitants de Madoc délaissent les grands canaux de télévision pour écouter les émissions locales. Pigden et son équipe de bénévoles réalisent leur émission au cours des deux semaines précédentes et la présentent le dimanche soir. La durée des émissions est variable; mais en général, elles sont de vingt minutes.

L'activité du système de Madoc est simple. Tout est réalisé par une équipe bénévole formée par Pigden et des stagiaires. Ils couvrent à peu près tous les événements locaux: nominations, sports, théâtre, foire locale. Ils présentent aussi un spectacle de musique et de variétés avec des talents locaux et des rencontres régulières avec diverses personnalités de la communauté.

Penny Harrop, une femme mariée qui travaille comme technicienne, est enthousiasmée par le canal 4. "Ici, l'intérêt pour les affaires de la communauté est beaucoup plus grand, dit-elle, les gens sont plus conscients de ce qui se passe, de ce que les autres font."

Les émissions ne sont pas réservées au seul dimanche soir. Les urgences, un incendie, par exemple, sont transmises immédiatement. On couvre aussi les événements spéciaux, tels une élection ou une discussion sur l'éventuel établissement d'un centre médical dans le village.

Pigden a un certain nombre de projets qu'il a l'intention d'expérimenter—par exemple, une émission de type tribune téléphonique. "Voilà ce dont une communauté a besoin, dit-il, un mécanisme qui met les gens en contact les uns avec les autres. Quel dommage que, dans les grandes villes, on ne connaisse même pas son voisin de palier; pourtant, on a peut-être beaucoup d'intérêts communs, si seulement on trouvait le moyen de faire le contact."

Comme les groupes ethniques, les groupes religieux des zones urbaines comptent parmi les "programmeurs" les plus stables et les plus compétents. Le succès de leurs émissions est dû essentiellement aux mêmes raisons que les réussites des groupes ethniques: ils communs; leurs objectifs sont clairs et ils s'intéressent au résultat. Ils ne cherchent pas à démythifier la télévision et n'exigent pas de manipuler l'équipement. Ils travaillent harmonieusement avec les systèmes de câble parce que l'emphasis porte moins sur l'innovation et l'expérimentation que sur la poursuite de leurs objectifs. Des groupes, comme *The Process* et *Univision* de Toronto, font preuve d'une qualité technique généralement supérieure.

Les émissions ethniques et religieuses se différencient surtout par leur contenu. Pour leur part, les émissions ethniques sont axées sur l'information et le divertissement; elles ont évidemment une optique spécifique à chaque groupe ethnique et une vision particulière du Canada. Les émissions religieuses, d'autre part, traitent de phénomènes sociaux plus vastes; elles ont tendance, non pas à ajouter des informations à celles déjà diffusées par les media conventionnels, mais à aller bien au-delà. Une partie de cette programmation s'écarte de l'appellation "religieuse" et étudie des problèmes humains ou sociaux rarement abordés.

De plus, les groupes religieux, comme les groupes ethniques sont en général solides et organisés; ils peuvent rencontrer les exigences d'une production hebdomadaire. *Univision* est habituellement en avance de trois mois dans sa programmation, un fait presque unique dans les annales de la communication communautaire. Ce type de solidarité se traduit par des émissions longuement préparées, dont le contenu est cohérent et les points de vue solidement étayés; ces facteurs sont souvent absents des émissions communautaires.

La télévision par câble ne représente qu'une des possibilités offertes aux gens intéressés par les émissions communautaires. Je parlerai plus loin des autres, telles la radio, les différentes utilisations du magnétoscope. Mais, comme nous traitons ici des media visuels, j'aimerais faire état de quelques stations UHF (ultra-hautes fréquences aussi appelées ondes décimétriques): CITY-TV (canal 79) à Toronto et CFVO à Hull (qui diffusera à partir de l'automne 1974).

Ces fréquences sont encore peu utilisées au Canada, contrairement aux Etats-Unis où il existe plusieurs centaines de stations.

Pour les capter, le récepteur doit être relié à une antenne de type "cadre." Il est possible que cette installation n'existe pas sur les appareils fabriqués avant 1968. Cependant, il est aussi possible de capter ces stations en s'abonnant à un système de télévision par câble.

Du point de vue financier, le canal 79 est identique aux autres entreprises de radiodiffusion. Il doit vendre du temps d'antenne à des fins publicitaires. Cette station tente de rendre ses ondes accessibles aux citoyens; elle n'a aucun intérêt à s'attaquer aux mythes de la

télévision, ni à former les citoyens aux techniques de ces media. Cependant, elle produit deux émissions avec la participation du public: *Catch 79* à l'intention des groupes et *Free for All* pour les individus. Le nombre et la diversité des groupes qui utilisent *Catch 79* sont étonnants: *Young Women in Trouble*, *Gay Artists*, *Toronto City Hall PR*, *Gay Alliance Towards Equality*, *The Process*, *Croatian Children's Group Choir*, *Spanish Immigrants*. La liste est infinie. Toutes les décisions concernant leur participation relèvent de Vlad Handera, le jeune directeur des émissions communautaires du Canal 79. Les groupes choisissent leur présentation plus ou moins comme ils l'entendent; les émissions sont toutes réalisées en studio et Handera en contrôle les éléments importants, tels la durée et le format. Il n'existe pas de dispositions prévoyant l'accès régulier et continu d'un ou de plusieurs groupes de la communauté aux studios de cette station, car la programmation est orientée beaucoup plus sur les problèmes de l'heure que sur l'information.

Free For All, une émission pour les individus, fonctionne de manière un peu moins rigide. Elle est en direct; les gens se présentent une heure avant l'émission et on fixe alors grossièrement l'ordre des apparitions. Handera explique que si une personne ne passe pas à l'émission, c'est simplement à cause du manque de temps; elle est alors invitée à revenir la semaine suivante.

Handera dit: "Je m'installe dans la salle de contrôle, aussi curieux que n'importe qui de ce qui va arriver. Nous voyons toutes sortes de gens: le maire, le président du *Jewish Defense League*, un type qui joue des cuillères—tout ce que vous pouvez imaginer. Un soir, on a vu arriver le président du *Parti Nazi Canadien*; il s'est excusé de ses prises de position antérieures, de sa discrimination envers les Juifs et de ses opinions fascistes en général. Il a ensuite annoncé qu'il abandonnait son poste de président et il est sorti. Le temps de revenir de ma surprise, je me lève pour lui parler, il avait disparu. Je ne l'ai jamais revu."

Le canal 79 produit aussi *People Who Sing Together*, une émission pour les chorales. Selon Handera, l'auditoire de cette émission est fidèle et constant. Toutes les chorales qui le désirent peuvent y apparaître.

La station CFVO de Hull est le quatrième titulaire canadien d'une licence UHF et le premier groupe communautaire qui se voit accorder une licence d'exploitation d'une station de télévision. Formée en coopérative, son mode de financement constitue la première expérience canadienne du genre. CFVO vend ses parts sociales \$10 chacune et ses parts privilégiées de \$100 seront ultérieurement convertibles en douze parts sociales. Les propriétaires (tout citoyen peut acheter une part sociale) se sont formés en coopérative et ont élu un conseil d'administration. Toutes les émissions seront en français, offrant aux francophones de la région de la capitale nationale le deuxième service qu'ils attendent depuis longtemps. A l'heure actuelle, ils se proposent d'avoir 16.30 heures de programmation d'origine locale.

Ils reçoivent de la communauté une appui incontestable. Lors de l'audience publique, tenue à Ottawa en juillet 1973, sur leur demande de licence, des centaines de personnes portaient des macarons marquant leur soutien à cette candidature. Ils ont organisé des rencontres pour recueillir des fonds et pour tenir les gens au courant de leurs progrès. Leur persévérance et leur sens pratique devraient offrir à la communauté francophone de l'Outaouais des possibilités intéressantes.

La programmation radiophonique

La programmation communautaire ne se limite pas aux media visuels. La télévision est simplement une bonne entrée en matière. Il est intéressant de noter que de nombreuses personnes débutant dans le domaine de la programmation communautaire ont tendance à utiliser d'abord le vidéo, mais essaient d'autres moyens d'expression par la suite. La programmation communautaire vidéo confère un certain prestige quoiqu'elle exige beaucoup de travail de ses artisans.

Depuis quelques années, la radio a été utilisée de plus en plus fréquemment comme instrument de programmation communautaire. Elle présente, comparativement à la télévision, de nombreux avantages: elle coûte moins cher, elle constitue un moyen d'expression plus immédiat, plus souple, moins intimidant et moins complexe; elle permet de produire plus facilement des enregistrements de qualité. Mais surtout, la radio est accessible dans des régions où la télévision n'existe pas encore, où la population vit dans un isolement totalement incompréhensible aux habitants du Sud; elle représente un moyen de communication vital, en même temps qu'une source d'information et de divertissement.

J'ai divisé cette partie en deux sections: les émissions produites par des groupes communautaires et les émissions communautaires réalisées dans le Nord par la Société Radio-Canada grâce à ses émetteurs relais à faible puissance (E.R.F.P.).

Wired World, un groupe communautaire de Kitchener-Waterloo, a obtenu l'an dernier une licence du C.R.T.C.. L'histoire de *Wired World* est intéressante et mériterait une étude approfondie. Elle illustre deux phénomènes: la tendance à abandonner le magnétoscope et les miracles que peut accomplir un groupe s'il est appuyé par la communauté et quelques travailleurs enthousiastes.

Le comté de Waterloo, au sud de l'Ontario, est la zone couverte par *Wired World*. Cette zone comprend Kitchener, Waterloo et Cambridge, soit une population de 250,000 habitants, dont 110,000 résident à Kitchener. On y trouve de nombreux Hollandais et Allemands de confession luthérienne, dont l'arrivée remonte à la fin du 19^{ième} siècle, soit la période initiale d'immigration vers les riches terres du sud ontarien. C'est aujourd'hui une zone fortement industrialisée, comprenant des industries lourdes et légères, entourée de communautés agricoles prospères.

A l'origine *Wired World* avait pour but de favoriser l'accès et l'entraînement au magnétoscope. Ses efforts se déployaient dans toute la communauté de façon à mettre ces appareils à la disposition de personnes ou d'institutions, telles un professeur de gymnastique ou un centre de traitement pour alcooliques. Il leur apparut bientôt que l'utilisation du vidéo et la diffusion sur les canaux locaux présentaient deux inconvénients. D'abord, toute la production technique en studio était entre les mains du personnel du système de télévision par câble. Doug Baer, un membre de *Wired World*, pense qu'il "est préférable que les citoyens aient la possibilité de produire des émissions aussi bien sur le plan technique que sur celui du contenu. La télévision est un outil complexe. La radio est plus simple, le matériel est moins coûteux, les émissions peuvent être réalisées plus rapidement et les auditeurs sont plus nombreux qu'à la télévision par câble." Le deuxième inconvénient se situait au niveau de la réaction psychologique face au vidéo. *Wired World* s'aperçut que la radio était moins intimidante. Avec ce medium, les gens étaient plus intéressés à la réalisation des émissions et ils avaient tendance à s'attacher davantage au contenu qu'à la technique.

La décision de s'orienter vers la radio posait un problème: comment diffuser les émissions? Une station MF locale, CHYM, leur offrit deux heures d'antenne par semaine. Après quelques mois, la communauté réagissait avec beaucoup d'enthousiasme; *Wired World* décida alors d'étudier la possibilité d'obtenir une licence pour une station de radio à accès libre. Grâce à des subventions, ils rédigèrent leur demande et le ministère fédéral des Communications accepta de les aider à localiser une fréquence disponible. Au Canada, toute demande de licence de radiodiffusion implique un processus long et dispendieux; *Wired World* dut y mettre toute son ingéniosité afin d'obtenir, pour rien ou presque rien, la collaboration d'experts et les installations nécessaires.

Il y avait d'abord le difficile problème du choix d'une fréquence. Ce fut l'époque la plus difficile. Même s'il ne demandait qu'une fréquence à faible puissance, il y avait des complications dues aux règlements de "l'espace minimum" entre les fréquences et dues aux négociations pendantes entre le Canada et les Etats-Unis sur l'utilisation des fréquences dans les régions frontalières. Cette chasse aux fréquences faillit anéantir le groupe. Pendant plusieurs mois, travaillant avec le ministère des Communications, mais sans ingénieur, ils localisaient des fréquences qui semblaient disponibles pour ensuite apprendre qu'elles ne l'étaient pas. Tous les membres se souviennent de cette époque comme d'une série de calculs infinis et de grandes déceptions. Finalement, une fréquence fut localisée et acceptée par le ministère fédéral des Communications; on put alors faire une demande officielle de licence auprès du C.R.T.C..

La présentation de *Wired World* à l'audience publique du C.R.T.C. fut impressionnante; le procès-verbal de cette audience devrait être lu par tout groupe désirant faire une demande de licence MF. (On peut l'obtenir à

Information Canada.) Dans sa présentation, *Wired World* a fait comprendre clairement ce qu'il voulait offrir à la communauté: un service radiophonique à accès libre.

Pour que son travail ne soit pas uniquement théorique, *Wired World* a apporté et continue d'apporter des modifications à l'équipement. "La plupart des appareils ne tiennent tout simplement pas compte de l'utilisateur," dit David Gillick, de WW. "Nous avons fait un certain nombre de "découvertes" sur l'utilisation du matériel et de son entretien. Nous aimerions les faire connaître et nous aimerions que les fabricants modifient leur matériel en conséquence."

La méthode de financement de *Wired World* se base sur le postulat suivant: offrez un service réel à une partie importante de la population et vous recevrez un appui financier. Elle permet aux particuliers, aux entreprises, aux groupes et aux institutions de devenir mécènes. Ainsi, les "mécènes de demi-heure" fournissent une contribution de \$15 par semaine et garantissent une demi-heure d'émissions chaque semaine pendant treize semaines. Il y a aussi des mécènes pour une, deux ou cinq heures. *Wired World* a été reconnu comme organisation charitable par le gouvernement fédéral; toutes les donations peuvent donc être déduites de l'impôt sur le revenu. Les parrainages sont répartis également dans les émissions du matin, de l'après-midi et du soir.

La programmation de *Wired World* est aussi variée que la communauté desservie: émissions du petit déjeuner, émissions pour les femmes et pour les consommateurs, émissions pour les retraités, etc. Il y a aussi une émission réalisée pour et par les enfants, des représentations théâtrales en direct et des enregistrements de musiciens locaux.

Quand cet article paraîtra, *Wired World* aura commencé à émettre d'une antenne dont le site ne coûte que \$1 par année, témoignage de la puissance des individus tenaces et des communautés qui savent appuyer les innovations.

Sur la côte du Pacifique, on trouve une autre entreprise radiophonique de nature totalement différente, dont le succès est étonnant. La société RAVEN (Radio and Audio Visual Education Network), qui a aujourd'hui trois ans, utilise les fréquences radio à large bande pour résoudre les problèmes de communication entre les tribus indiennes de la Colombie Britannique séparées par des distances importantes et vivant parfois dans des lieux inaccessibles. RAVEN utilise le système de radiotéléphonie. Il a obtenu du ministère fédéral des Communications une fréquence qui leur est allouée en propre. Chaque tribu dispose d'un émetteur-récepteur loué par la société au coût de \$1,000 par an. Le fonctionnement est assuré par une main-d'oeuvre bénévole.

Le secrétaire administratif, le chef Arnold "Bud" Recalma, décrit ainsi les fonctions de la société: "Si nous désirons arriver à un accord sur un problème, nous lançons un message indiquant qu'il y aura une conférence à une heure donnée. À l'aide du réseau

d'émetteurs radio, les chefs se parlent, consultent les membres de la tribu et prennent ensuite une décision. Le réseau nous permet d'agir avec vig. Le réseau a aussi d'autres utilisations: simplement la conversation."

RAVEN débuta avec 54 émetteurs-récepteurs et il en possède maintenant 92. Le service s'étend graduellement vers l'intérieur et remonte aussi le long du littoral. On travaille aussi à d'autres aspects des communications, entraînant par exemple des groupes d'Indiens qui viennent d'aussi loin que la Baie James.

La société possède aussi deux véhicules de reportage qui fournissent des services sur demande. Ces voitures sont équipées d'appareils vidéo, mais Recalma indique que leur intérêt et l'utilisation de ces appareils ont nettement diminué au cours de la dernière année.

Le rôle de la société est de créer un courant d'unité et de force chez les autochtones du Canada, mais sa grande originalité réside dans le moyen adopté. RAVEN est le premier groupe indien du pays à reconnaître et à utiliser l'outil le plus puissant du 20^{ième} siècle.

Mais, que faire si vous n'avez pas la possibilité de demander une licence MF, ou si vous n'êtes pas membre d'une tribu indienne isolée, ou si vous ne disposez pas d'un E.R.F.P.? Bien sûr, il y a toujours la Société Radio-Canada. C'est la solution adoptée par deux groupes différents, l'un sur la côte ouest, l'autre sur la côte est du Canada; ils rédigent et vendent des textes pour les émissions locales et régionales de la Société.

Neighbourhood Radio de Vancouver a innové dans le domaine des arts, chose peu courante parmi les émissions communautaires. Ils ont créé une série appelée *Fairy Tales for Liberated Children*; il est possible de se procurer cette série en défrayant le coût de la cassette et les frais postaux. *Teled*, de Halifax, a créé une coopérative d'écrivains qui vendent leurs textes à la Société Radio-Canada; ils donnent ensuite une partie des bénéfices à *Teled*.

À Ottawa, *Living Radio Vivante* a subsisté précairement ces trois dernières années en diffusant des émissions audio sur les deux systèmes locaux de télévision par câble. Cet arrangement ne satisfait ni *Living Radio Vivante* ni les systèmes de câble. Cependant, le groupe espère présenter une demande de licence MF dans un avenir rapproché. Ce groupe fait face à des problèmes financiers. Tout d'abord, il a beaucoup de difficulté à obtenir le statut d'organisation charitable. Il s'ensuit que les donateurs n'ont pas droit aux déductions de l'impôt sur le revenu; la cueillette des fonds est rendue plus difficile. Une période hebdomadaire de trois heures est produite par trois groupes ethniques locaux et le reste de leur programmation est réservé aux événements communautaires.

Le service des émissions communautaires de la Société Radio-Canada est dirigé par Doug Ward, un ancien réalisateur du service des affaires publiques de la Société. Ward a dirigé avec succès le premier projet-pilote d'E.R.F.P. à Espanola, Ontario, au cours de sa première et difficile année de fonctionnement. Avant de

créer la station d'Espanola, Ward et une équipe ont établi les principes généraux du projet. Il s'agissait, entre autre, de remplacer aussi rapidement que possible le personnel de la Société par un comité de citoyens chargé du fonctionnement de la station. Ward favorisait la création d'un comité réellement représentatif de la ville et de ses activités, qui ne se composerait pas seulement des autorités locales comme le directeur etc. Il fallait aussi influencer le moins possible sur les décisions des citoyens concernant la programmation.

Espanola abrite une industrie forestière; elle est située à 40 milles au nord de Sudbury et compte 6,000 habitants. On y reçoit la station de télévision CKSO et la station de radio CHNO de Sudbury. C'est le type même de la ville à industrie unique. Peu d'Indiens vivent en ville; ils habitent l'île Manitoulin et la ville leur fournit les services dont ils ont besoin. Leurs enfants étudient à l'école secondaire d'Espanola.

Un studio fut installé dans l'hôtel et Pat Reilly s'y installa en novembre 1971. Reilly y venait à titre d'animateur et devait contribuer à la formation des gens. Mais son devoir le plus important était de se retirer au fur et à mesure qu'il sentirait la communauté prête à prendre la relève.

Dès le départ, l'expérience fut une réussite. En janvier, on avait formé l'*Espanola Community Radio Citizens Committee*, composé de représentants de la communauté; la station diffusait hebdomadairement 20 heures d'émissions et le comité avait \$1600 en banque—fruit de diverses activités communautaires. Reilly et Ward sentirent que l'heure du départ avait sonné et, le 1er février, le comité prit l'entière responsabilité du fonctionnement de la station. La programmation comprenait une émission de réveil en musique; une émission d'annonces et de prévisions météorologiques animée successivement par trois ouvriers de l'usine; une émission de rock réalisée par les étudiants; *Potlatch*, conçue pour et par les jeunes Indiens du secondaire et une tribune téléphonique, le vendredi soir, animée par un réparateur d'appareils électriques.

La radio d'Espanola semblait bel et bien lancée; mais de retour à Toronto, Ward et d'autres membres de la Société Radio-Canada étudièrent les implications légales d'une situation où le matériel de la Société et une licence accordée à la Société par le C.R.T.C. étaient, dans les faits, contrôlés par un groupe de citoyens. On décida que la seule solution logiq avec le comité. Le contrat stipule, dans ses grandes lignes, que le comité respectera les règlements du C.R.T.C., la Loi sur la radiodiffusion et les politiques de la Société; qu'il devra avoir un studio pour abriter le matériel de la société, qu'il devra prendre part à une évaluation annuelle conjointe, et que les parties en cause pourront résilier le contrat avec préavis de 30 jours. Il semble que cette entente soit une réussite.

Au cours de ce projet, Ward avait craint que l'élite de la ville ne se serve de la station comme base de son pouvoir. Il fut ravi d'apprendre l'hiver passé que la validité du principe de la radiodiffusion communautaire avait été démontrée lors d'une grève illégale. Pendant

la grève, le syndicat, la direction du moulin et le comité ad hoc de négociation utilisèrent la radio pour présenter leurs points de vue respectifs. Le conflit dura deux semaines et l'on peut supposer que CBLP Espanola y joua un rôle important.

L'été est toujours une saison difficile les gens partent en vacances, font du jardinage, etc. Ils n'ont pas envie de passer de longues heures dans un studio surchauffé. Aussi l'été dernier, Espanola ferma la station, mais il fut décidé qu'elle serait réouverte advenant une situation d'urgence. Les émissions reprirent en octobre avec de nouveaux projets.

Ward pense que l'expérience d'Espanola fut assez décevante au niveau de l'information. Les gens essayèrent d'imiter la programmation de la radio MA conventionnelle; il en résulta une absence générale d'émissions d'information. Cette absence de commentaires et d'opinions sur les sujets d'intérêt local est en partie explicable par la quantité énorme de temps et d'énergie qu'implique la cueillette de l'information de base et par l'absence à peu près complète de dysfonction sociale dans la ville. On peut aussi l'attribuer à sa qualité de ville à industrie unique. On peut émettre l'hypothèse que toutes les questions en litige, particulièrement en matière d'environnement et de planification, aboutiront aux portes de l'usine locale.

Si la communauté désire poursuivre l'expérience et se procurer du nouveau matériel, elle doit trouver elle-même les fonds nécessaires. Ward est convaincu de l'effet néfaste d'un système consistant à "donner aux groupes des tas de jolis appareils flambant neufs et des milliers de dollars venant du gouvernement. Ils jouent avec les appareils et se disputent à propos de l'argent. Ce n'est là qu'un système de castration."

Autres possibilités

Le principal problème des groupes produisant des émissions communautaires est celui du regroupement des membres de leur communauté. Nous avons vu précédemment que ce problème ne se pose pas chez certains groupes, comme les groupes ethniques. C'est une question cruciale pour ceux qui travaillent à un changement social, qui veulent améliorer les conditions de vie d'un quartier ou aider les défavorisés à affronter les fonctionnaires du bien-être social et les propriétaires.

Ceux-là se sont rendus compte que les émissions présentées par les systèmes de télévision par câble ne répondent pas à leurs objectifs. Ils sont trop éloignés de leur auditoire et ne peuvent donc obtenir les réactions dont ils ont besoin pour continuer et progresser.

L'une des solutions les plus populaires est le vidéo en circuit fermé. Avec ce système, un auditoire choisi est invité dans une salle publique, comme un auditorium ou le sous-sol d'une église, afin de visionner l'enregistrement. Cette méthode est surtout utilisée par les organisations communautaires. Elle est née de l'idée de la prise de conscience collective, initialement explorée au

cours de l'expérience de *Société Nouvelle* à l'île Fogo. La méthode est simple: on utilise le vidéo pour démontrer aux gens qu'ils partagent les mêmes problèmes et pour détruire l'apathie et l'isolement. S'il est employé correctement, il fait naître un sentiment de confiance en soi chez les utilisateurs. Bien qu'à l'origine, il ait été employé principalement dans les zones rurales, les groupes urbains l'utilisent avec succès. Une des techniques urbaines consiste à filmer un quartier, rue par rue. on engage la conversation sur les conditions de vie (propriétaires, bien-être social); on invite ensuite les gens au visionnement des séquences tournées dans la rue d'à côté. L'esprit de solidarité qui en résulte leur donne un sentiment de force.

De ce procédé naît le "livre blanc" magnétoscopique. Le fait d'enregistrer les rencontres des citoyens avec les propriétaires ou les fonctionnaires du bien-être social est une excellente façon de soutenir le moral des militants. On peut aussi se servir du vidéo pour montrer au gouvernement les objectifs et les positions particulières d'un groupe. De fait, le vidéo est de plus en plus utilisé en complément aux exposés oraux et écrits.

Une autre variante de l'utilisation de bandes magnétoscopiques est employée par les groupes qui partagent les mêmes intérêts mais qui sont géographiquement éloignés. Les enregistrements circulent entre les différents groupes qui les utilisent pour l'information ou la formation. Le *Women's Involvement Programme* de Toronto en fut l'initiateur. Il l'a trouvée si satisfaisante que les émissions diffusées par câble ont été complètement abandonnées.

LES ORGANISMES D'ACCES AUX MEDIA

J'ai gardé le meilleur pour la fin, ou du moins, la partie la plus complexe: les organismes d'accès aux media.

L'évolution de ces groupes est un phénomène intéressant des communications communautaires. C'est, bien sûr, un phénomène essentiellement urbain. La constitution de ces groupes obéit à un modèle qui varie assez peu d'une ville à l'autre; ils ont presque tous les mêmes activités: récupérer tout l'équipement et l'argent possible.

Leur principe directeur est la formation de groupes de citoyens aux techniques des media. Ils ne témoignent que peu ou pas d'intérêt pour la réalisation d'émissions; ils se considèrent plutôt comme une ressource supplémentaire à la disposition de la communauté. C'est pourquoi ils offrent formation, équipement, conseils, soutien; ils aident les groupes à définir les questions à traiter et à choisir leur media.

Metro Media de Vancouver est un exemple parfait et il mérite d'être analysé. La structure de ces organismes reste informelle. Des gens vont et viennent entre divers groupes-satellites et il est parfois difficile d'en distinguer les membres respectifs. En 1971, il y avait à Vancouver deux organismes d'accès: *Inter Media*, coopérative d'artistes expérimentant les nouvelles techniques de communication et *Inner City Services Project*, qui utilisait l'équipement offert par *Société*

Nouvelle dans des contextes de changements sociaux. En mai 1971, les deux groupes se fusionnèrent formant *Metro Media Association of Greater Vancouver*, afin de mieux satisfaire les demandes croissantes d'équipement, de formation et de conseils venant des groupes de citoyens.

Metro Media est une société sans but lucratif, dirigée par un conseil d'administration élu tous les ans en assemblée générale. Quiconque peut devenir membre. A l'intérieur de ce large cadre, les divers groupes agissent indépendamment, bien qu'ils soient liés à *Metro Media*.

Le but de *Metro Media* était de fournir aux groupes des renseignements sur tous les media d'information disponibles, de les aider à choisir le plus utile et de les former à son utilisation. Leurs activités couvrent visiblement tout l'éventail des projets communautaires: cours de langue pour immigrants, "livres blancs" rédigés par les retraités à l'intention du gouvernement, usage interne du vidéo dans divers groupes, utilisation de la radio, journaux communautaires.

Au début, l'association voulait se d'la ville, mais elle a finalement abandonné ce projet. "Nous nous sommes aperçu que nous faisons naître des espoirs que nous n'étions pas capable de satisfaire, par manque chronique d'équipement et d'argent," dit Bill Nemtin, leur porte-parole. "Nous avons abandonné parce que nous avions l'impression de tromper les gens. Il faut dire que nous n'avons pas reçu d'aide financière depuis le 31 mai 1973, nous avons donc réduit notre programmation à une demi-heure par semaine. Cependant, nous avons quelques contrats, par exemple récemment, un travail pour la *Children's Aid Society*. Nous préférons travailler de cette manière. Mais pourrions-nous survivre financièrement?"

C'est en effet la question. Non seulement pour *Metro Media*, mais aussi pour *Metro Community Media* de Toronto, *Teled* de Halifax et d'autres groupes moins importants des petites villes. Un organisme d'accès, par définition, travaille avec les groupes de quartier plutôt que dans les quartiers mêmes. Ils offrent en fait un service très précieux. Mais le problème est que la plupart des groupes communautaires sont eux-mêmes trop pauvres pour défrayer les coûts de ce service et que l'organisme d'accès, ne travaillant pas directement dans les quartiers ou les communautés impliqués, n'est pas en mesure de trouver de l'argent dans la communauté même. Cependant, selon leur éthique, tout groupe communautaire qui a besoin de leurs services doit être aidé même s'il est incapable de payer. Cette situation rend les organismes d'accès plus dépendants de l'appui financier des institutions que les autres groupes communautaires.

La tendance actuelle chez de nombreux organismes d'accès est de faire du travail à la pige pour des services sociaux qui, eux, peuvent payer et qui auparavant s'adressaient plutôt à des sociétés commerciales pour ce genre de travail. Ainsi les organismes d'accès pourront peut-être, éventuellement, se constituer une base financière stable, qui leur permettra de continuer

leur travail auprès des groupes plus pauvres, poursuivant leurs objectifs de participation et de progrès social.

Même si les techniques et les priorités de la programmation communautaire se sont modifiées fréquemment au cours des années, la ligne directrice, elle, n'a pas changé. La participation du citoyen, non seulement dans le domaine des media, mais dans tous les aspects de la vie sociale et politique, évolue peu à peu, d'une notion exotique vers une pratique établie et concrète. Partout au pays, des gens sont engagés dans une gamme étendue d'activités: des associations de quartier luttent contre des municipalités pour le droit de regard sur la planification de leurs communautés. Les Indiens et les Esquimaux se penchent sur leurs traités, sur le bien-être social et sur d'autres problèmes sociaux, récusant le droit du gouvernement d'exécuter des projets sans les consulter. Les cliniques médicales luttent pour de meilleurs services à la population. Les politiques et les services sociaux existants sont remis en question. La liste semble inépuisable.

Lentement mais sûrement, la notion de participation, autrefois considérée comme "radicale" et relevant strictement du monde des "jeunes," se taille une place de plus en plus réelle et de plus en plus importante dans la vie du citoyen moyen. Il ne participe peut-être pas personnellement, mais il accepte que d'autres le fassent, et même, il s'y attend.

Enfin, pour ne pas terminer sur une note trop sombre, je tiens à dire que, malgré toutes ses "luttres" de citoyens dont j'ai parlées, on assiste présentement dans ce pays à de nombreuses activités sérieuses, créatrices ou simplement sympathiques. Les participants à ces activités découvrent l'immense potentiel de l'individu, surtout parce qu'ils doivent déployer une ingéniosité infinie pour survivre en tant que groupes—leurs seules ressources sont les êtres humains qui les composent. Bref, tout cela permet la reconnaissance et l'utilisation de talents et d'habiletés, source d'épanouissement pour tous. Dire qu'au Canada, le mouvement de participation du citoyen est en train d'ouvrir les êtres comme des fleurs, serait une métaphore facile. Je vais donc m'en dispenser. Mais je suis sûre que m'avez comprise.

La participation et les groupes communautaires

Vianne Lyman and Gail Martin

Les groupes communautaires

Les concepts de groupe et de communauté ont longtemps été associés à la notion de territoires restreints. L'urbanisation et les inventions technologiques ont modifié cette relation, de sorte qu'il n'est plus possible, surtout dans les grandes villes, de tracer une ligne autour d'un pêle-mêle de maisons et le qualifier de communauté. Le citoyen des villes modernes a généralement moins de relations avec ses voisins qu'avec une quarantaine d'autres personnes dispersées aux quatre coins de la ville. Ce quartier où il a élu domicile ne constitue pas nécessairement sa communauté. Sauf pour les questions touchant spécifiquement son rôle de contribuable ou d'électeur, son quartier ne correspond généralement pas à la communauté au sein de laquelle il vit.

Pour la plupart des citoyens, la communauté est une notion vague et imprécise. Il est membre d'une communauté de collègues de travail pendant la majeure partie de la journée. Une fois ou deux par semaine, il est membre d'un groupe d'adeptes de la plongée sous-marine, de skieurs, de collectionneurs de vieilles voitures ou d'une association de consommateurs, de contribuables, de conducteurs d'automobiles, de banlieusards, de parents; il fait partie des lecteurs d'un journal ou de l'auditoire d'une émission, etc. Il devient membre de ces groupes à cause de son éducation et de sa formation; il s'y attache par intérêt et il y souscrit par nécessité, par habitude ou par choix. *Raven*, *Radio and Audio Visual Education Network*, est un exemple patent du peu de rapport entre les notions de communauté et d'emplacement géographique. *Raven* est un réseau de communication bi-directionnel utilisant la radio et échangeant les rubans magnétoscopiques. *Raven* relie ainsi les tribus indiennes de la côte du Pacifique.

Les Indiens fournissent l'exemple parfait d'une communauté fondée sur le patrimoine, l'éducation et le milieu social. Quelle que soit la dispersion géographique ou même les différences entre les diverses tribus, elles sont plus proches les unes des autres que de nous. Les techniques modernes de communication peuvent les aider à satisfaire leurs besoins spécifiques, à combler la distance géographique et à redécouvrir ou consolider leur patrimoine dans une communauté de "communication". En 1970 lors du congrès de l'ICA, Patricia Hindley décrivait l'expérience *Raven* et discutait de la notion de "communauté des ondes."

Citons un passage de cette description, car elle constitue une bonne introduction à notre discussion sur la nature des communautés câblées dans les grandes villes modernes. Le développement et les progrès des systèmes de communications, notamment la télévision

par câble, permettront à des régions et à des collectivités locales, de contrôler l'orientation des canaux de télévision en fonction de leurs besoins spécifiques. Ils nous donneront la possibilité de créer plus efficacement que *Raven* ne peut le faire à l'heure actuelle, ce que nous appellerons peut-être un jour des "réseaux de communications de communautés ou de quartiers." Nous pouvons utiliser les techniques de communication non seulement pour les besoins du commerce et les nécessités de l'existence, mais aussi pour des besoins plus intangibles, tels le partage des préoccupations communes, les échanges d'opinions, l'accroissement de l'efficacité politique des citoyens, la lutte contre la solitude et la peur nées de l'ignorance et de l'isolement. On a souvent répété que la migration vers les grands centres est due aux multiples possibilités d'emploi et à la diversité et l'abondance des activités sociales et culturelles offertes dans les grandes villes. On a aussi constaté que l'aliénation, l'isolement et la solitude sont souvent le lot du citoyen, ces caractéristiques semblant naître de l'immensité et du caractère impersonnel des villes nord-américaines et européennes. Les spécialistes en animation sociale et les associations locales ont tenté d'y remédier en créant des unités suffisamment petites pour que les gens puissent établir des rapports entre eux et sentir que leur contribution à la collectivité a une certaine valeur. Ces unités locales ou communautaires ne devraient peut-être pas être limitées à un secteur géographique restreint. Il est possible que la "communauté de quartier" en vienne à référer à une communauté d'intérêt, à une communauté culturelle ou bien encore à une communauté axée sur un but commun.

Il semble à peu près certain, par exemple, que les Indiens de la côte du Pacifique n'habiteront pas de sitôt des maisons bien alignées dans la même rue d'un centre urbain. Les pressions économiques et le renouveau culturel qui se manifestent actuellement chez les Indiens donnent à penser qu'ils pourront, pendant plusieurs années encore, continuer à vivre comme ils le font actuellement, éparpillés autour des criques et dans des îles presque inaccessibles de la côte. Malgré leur dispersion et grâce à *Raven* ils forment un sous-système social à l'intérieur de notre système social. Nous avons consacré nos efforts et nos recherches au maintien de ces sous-systèmes et à la découverte des moyens qui assureront leur viabilité.¹

Les Indiens de la côte du Pacifique nous donnent une idée de la tâche que doit accomplir un réseau de communications dans les centres urbains car les villes aussi comprennent une multitude de groupes dont les membres sont séparés les uns des autres par de grandes distances. Ces personnes d'un même milieu social ou de même profession ou occupation partagent un langage et une vision du monde commune de telle

sorte qu'ils sont membres d'une même "communauté épistémique."²

Etant donné la complexité de toute "communauté" sociale, il est facile d'expliquer les causes des difficultés rencontrées par la programmation communautaire et de voir où il faut chercher les solutions. Nous diviserons la discussion en deux parties; les facteurs sociaux et les facteurs socio-techniques dans le développement de la programmation communautaire. Les groupes de media communautaires urbains du Canada semblent être issus ou même avoir généré leur propre communauté épistémique. Sauf exceptions, la plupart sont de tendance socialisante. Leurs membres ne sont pas attirés par l'éthique du travail, du gain et du statut social tel le que défini par la bourgeoisie nord-américaine. De leur vision du monde découle un certain nombre de conceptions de ce que devraient être les moyens de communications dans la société, de ce qu'ils devraient faire, des types d'auditoires qu'ils devraient desservir et des changements sociaux qu'ils devraient contribuer à provoquer.

Etant donné la multiplicité des communautés épistémiques dans la société urbaine moderne, il est évident que chaque groupe impliqué dans les media communautaires ne peut représenter et atteindre qu'un secteur très limité de la population. En outre, on connaît la difficulté de s'extraire de sa propre communauté épistémique pour établir des contacts avec des membres des autres communautés. C'est une difficulté bien connue des psychiatres qui traitent des ouvriers et des "spécialistes" qui ont affaire aux profanes. Elle joue à n'en pas douter un rôle important dans les problèmes de communication entre d'une part, les groupes professionnels ou bénévoles, les exploitants de systèmes de télévision par câble et, d'autre part, les groupes impliqués dans les media communautaires. Il y a aussi le problème de l'absence ou de l'inadaptation des techniques disponibles aux besoins des groupes dans les centres urbains. Nous disons "disponibles" dans le sens de la diversité des choix disponibles pour le citoyen. Il existe peut-être des moyens techniques plus appropriés, mais le citoyen n'y a pas accès, ou les outils mis à sa disposition ne sont pas utilisés en fonction de ses besoins. Tous ces problèmes relèvent comme toujours des habitudes, des attitudes et des préjugés; mais contentons-nous ici de traiter de ces attitudes liées directement à l'utilisation des techniques, telles le "professionnalisme" dans les méthodes de production et du produit lui-même, les syndromes de la programmation et la dépendance que les media conventionnels tend à créer.

Facteurs sociaux

Pour compléter notre analyse sur la notion de groupe, examinons ce que "groupe" signifie en pratique dans la programmation communautaire.

GROUPES DE SERVICE, GROUPES D'INTERET

Certains organismes n'ont pas pour principal objet l'information ou la communication, tels les clubs sociaux ou les groupes d'action communautaire. Ils comprennent des organismes qui se retrouvent dans la plupart des localités tels la Chambre de Commerce, les associations de propriétaires, les clubs sociaux, les associations sportives et de loisirs, etc. Le but de ces organismes n'est pas essentiellement de répondre aux besoins de l'accès au media, bien que l'accès soit à des degrés divers une partie importante de leur travail. Les organismes communautaires de service ou d'intérêt s'intéressent en général à l'utilisation des moyens de communication pour des fins publicitaires, pour faire connaître au public la nature de leurs activités.

Les organismes orientés vers l'action intègrent plus facilement les mécanismes d'information à leurs activités puisqu'il y a un rapport étroit entre une action efficace et une bonne information. Par exemple, la *Sea Island Community and Ratepayers' Association* de Richmond, en Colombie Britannique, a entrepris de protester contre un projet d'expansion de l'aéroport de leurs région. Leurs protestations ont abouti à une série d'audiences et de réunions auxquelles ont participé différents niveaux de gouvernement.

A la suite de ces réunions, il leur sembla nécessaire d'obtenir les documents du ministère des Transports afin de connaître les données sur lesquelles s'appuyait le ministère dans son projet d'expansion. Il apparut que ces documents ne seraient pas divulgués et on intenta une poursuite devant un tribunal fédéral. La poursuite fut retirée, mais il fut établi que le ministère des Transports n'avait pas de plan d'ensemble fondé sur une recherche approfondie, surtout en ce qui concernait les conséquences écologiques du projet. Il en résulta la formation d'un comité de planification de l'aéroport, composé de représentants des trois niveaux de gouvernement et de citoyens, ayant la tâche de faire des recherches et de recueillir les renseignements nécessaires à une décision juste et raisonnable.

GROUPES D'INFORMATION, GROUPES DE MEDIA

La première fonction de certains organismes est de fournir de l'information ou de faciliter l'utilisation des moyens locaux de communication. Quelques brèves descriptions de divers organismes de la Colombie Britannique illustrera leurs champs d'activités.

La forme de ces associations dépend surtout de la présence ou non d'un directeur de la programmation et l'existence de studio dans l'entreprise de câble. Nous trouvons dans des petites villes, où il n'y a pas de directeur, des groupes responsables de toute la programmation locale, dont le financement provient de sources extérieures.³

Nous avons visité deux villes de la Colombie Britannique où existent des groupes de ce genre; ils fonctionnent très différemment, chacun exprimant des points de vue différents sur la participation. Ces

groupes sont responsables de la programmation communautaire et ce sont eux qui décident si d'autres groupes peuvent y avoir accès.

L'*Alberni Community Television Association*, de Port Alberni, a été créée en juin 1971 par un comité lui-même fondé par un instituteur. L'association fit ses débuts dans la programmation locale en novembre 1971, d'abord à titre bénévole, puis en février 1972, elle obtint une subvention d'Initiatives locales. À la suite du départ de certains membres, l'association se réorganisa, intégra de nouveaux membres et prit le nom de *Alberni TV*. Une entente avec l'entreprise de câble chargea *Alberni TV* de la programmation; de son côté, l'entreprise lui fournit l'équipement nécessaire. Grâce à la subvention, *Alberni TV* engagea neuf personnes et elle eut aussi recours à des bénévoles, surtout des étudiants. Pour elle, l'accès se définit en terme de quantité: il ne suffit pas d'avoir accès à un canal, il faut l'utiliser. C'est pourquoi, on tient à assurer une diffusion constante afin que les téléspectateurs se rendent compte du sérieux de la programmation locale. Le canal local diffuse 16 heures d'émissions par jour (de 7 heures à 23 heures) en effectuant une rotation de la programmation en trois blocs, le bloc du matin du jour 1 est retransmis dans l'après-midi du jour 2 et dans la soirée du jour 3. Le bloc de l'après-midi du jour 1 est retransmis dans la soirée du jour 2, etc. Il y a aussi trois émissions quotidiennes d'information présentées uniquement ce jour-là.

C'est un horaire extrêmement ambitieux; pour le remplir, on utilise surtout des interviews en studio auxquels viennent s'ajouter de courtes insertions tournées en extérieur à l'aide d'un magnétoscope portatif. Il y a environ 21 émissions par semaine: 7 à 8 sont réalisées par des étudiants bénévoles. En deux mois, environ 300 personnes de la communauté participèrent à des interviews. Elles ont permis d'atteindre un grand nombre de personnes et les diverses associations locales semblent assez bien représentées. L'organisateur de *Alberni TV* a dirigé et surveillé de façon énergique la programmation et l'horaire des émissions. Il nous déclarait: "Ma présence est un obstacle pour certains". Le canal est perçu par plusieurs comme son canal personnel beaucoup plus que celui de la communauté.

La *Cowichan Community Television Association* de Duncan, en Colombie Britannique, réalise des émissions communautaires, sous la direction d'un instituteur local, avec une subvention d'Initiatives locales. L'association dispose du studio de l'école secondaire et d'un personnel important (14 employés permanents rémunérés). Elle ne vise pas à faire participer la communauté à la réalisation des émissions; elle cherche à mettre la communauté à l'écran plutôt que derrière la caméra. Comme le dit un membre, "nous ne parlons plus d'accès, mais de programmation communautaire." Les membres de l'association concentrent leurs efforts sur la production d'émissions de "qualité professionnelle" sur les diverses facettes de leur région. Ils estiment que la couverture complète des activités locales permet de faire participer l'ensemble de la

communauté, favorise les contacts avec de nombreuses personnes, ce qui stimule l'intérêt des gens pour les émissions locales. L'accès et la quantité des émissions ne sont pas le principal objectif; ils veulent essentiellement produire des émissions de "qualité professionnelle" qui reflètent les divers aspects de la communauté. CCTV ne diffuse que deux soirs par semaine selon un horaire non rigide.

Ces deux groupes de programmation communautaire contrôlent tous deux l'utilisation du canal local et leur programmation couvre les activités de la communauté plus qu'elle ne témoigne de sa participation. À Port Alberni cette représentation vise la quantité; à Duncan, elle vise le "professionalisme".

Certaines régions n'ont pas encore de programmation communautaire, mais des groupes se sont formés pour en étudier la possibilité et déterminer comment la communauté pourrait utiliser le canal local. La *West Kootenay Cablevision Society* a été fondée pendant l'été 1973 par des résidents de Trail, Nelson et Castlegar. Cette société "se consacre à aider les citoyens qui veulent accéder à la télévision par câble afin de présenter les différents points de vue qui s'expriment dans la communauté. L'existence de la société dépend essentiellement de la participation active de tous les éléments de cette communauté."⁴ Les priorités de la société ont été de s'entendre sur des buts communs, de créer un organisme fort avec une base très large et ensuite de trouver l'argent nécessaire à la réalisation d'émissions.

En prévision de l'octroi imminent d'une licence d'exploitation d'un système de télévision par câble, la municipalité de Prince George a confié à un comité spécial la tâche de faire des recommandations sur l'utilisation du câble. Le rapport du comité⁵ souligne l'importance des utilisations futures de la télévision par câble. Il suggère d'utiliser les canaux futurs pour l'information et le service du public, plutôt que de se concentrer sur le seul canal de programmation communautaire. Il recommande également la formation d'un comité qui servira de conseiller en matière de programmation communautaire. Les systèmes de câble des villes plus grandes comme Vancouver, possèdent des studios et emploient une équipe chargée de la programmation communautaire. On y trouve souvent plusieurs groupes impliqués dans les media communautaires qui servent d'agents de liaison entre la collectivité et l'entreprise de télévision par câble. Ces groupes, utilisent un matériel portatif et peuvent ainsi produire eux-mêmes des bandes magnétoscopiques ou en aider d'autres à produire leurs propres bandes pour diffusion sur le canal local.

Selon certains, ces groupes ont éveillé l'intérêt pour la programmation locale, mais ils ont dû s'atteler à des tâches multiples: conserver leur unité, desservir les besoins de la communauté et établir des relations de coopération avec le canal local. L'exercice du droit à l'accès dans le domaine de la programmation locale n'est pas facile et il n'est pas surprenant que leurs réalisations soient d'inégale valeur. Contrairement aux groupes des petites villes décrits ci-dessus, ceux des

grands centres se consacrent surtout à la production par la communauté de bandes magnétoscopiques. Ils n'ont pas à se préoccuper de remplir l'horaire, bien qu'ils doivent s'en tenir au cadre imposé par l'entreprise de câble.

Les groupes impliqués dans les media communautaires ne s'intéressent pas uniquement à la télévision communautaire. Certains groupes s'intéressent à l'imprimé, tel le *Discovery Passage Communications Project*, un groupe communautaire de l'île Quadra, en Colombie Britannique, qui publie le journal communautaire *Discovery Passage*. Ces résidents de Quadra se sont groupés au printemps 1972 dans le but de "trouver un moyen concret pour exprimer leurs préoccupations sur la qualité de la vie dans l'île." Le journal doit "fournir un mode de communication plus sûr que le "bouche à oreille" à un moment où l'avenir de l'île est en jeu(...); essayer de distinguer les faits réels du potinage afin que les résidents sachent plus clairement ce qui se passe ici." A l'origine, le groupe était un projet de Perspectives Jeunesse, mais en février 1973, il a obtenu une subvention d'Initiatives locales et publie maintenant un journal de 12 pages toutes les deux semaines. Le journal a entre 1500 et 1700 lecteurs et, lorsque la subvention se terminera à la fin de novembre 1973, le groupe croit pouvoir se suffire à lui-même. Le groupe a également créé un bureau de renseignements qui publie une brochure sur la conservation du milieu physique et social de l'île Quadra.

A Vancouver, le *City Information Works*, financé par le Service d'aide sociale de la ville et une subvention d'Initiatives locales, publie *Connections*, bulletin mensuel qui vise à l'échange d'idées et de renseignements au profit des centres d'information et de ressources de la région de Vancouver. Le *City Information Works* publie également *Urban Reader* dont chaque numéro est consacré à un problème urbain spécifique: logement, pollution, garderies, etc. et présente des résumés d'articles et de livres. Il utilise la présentation graphique, la photographie si bien que le magazine est petit, mais de grande qualité.

L'accès à la radio locale s'est limité jusqu'à présent à obtenir d'une station qu'elle fasse de la publicité pour des activités ou des assemblées de groupe et aux appels téléphoniques aux émissions de lignes ouvertes. En outre, certains groupes réalisent des enregistrements pour diffusion sur les ondes des stations de Radio-Canada.

Problèmes et conflits

Dans certaines régions, la télévision communautaire a tenté de s'épanouir malgré les conflits entre les objectifs des équipes de programmation communautaire et les besoins des groupes d'intérêt et de service. Les groupes intéressés aux media communautaires, d'une part, se consacrent principalement à la production vidéo et sont souvent financés par des subventions à court terme du gouvernement. Ils considèrent le canal local comme un moyen de faire contrepoids aux méthodes de la radiodiffusion conventionnelle. Un

leader d'un groupe local l'explique de cette façon: "nous estimions que notre tâche était de remplir le véritable rôle des media, (...) d'aider à la contestation des décisions et des projets de planification du gouvernement." Cet énoncé décrit sa communauté épistémique; mais il peut être une source de conflits. Car ces objectifs sont à long terme et nécessitent, entre autre, un changement des attitudes du public envers la télévision; ces groupes, financés à court terme, ne sont pas en mesure de soutenir les efforts de longue haleine nécessaires lorsqu'il s'agit d'éduquer et d'éveiller l'intérêt du public.

Les objectifs des groupes de service communautaire, d'autre part, sont immédiats et à court terme et le canal local peut en général les réaliser. Il s'agissait souvent de produire un enregistrement sur un projet ou un travail dans lequel le groupe était engagé. De tels groupes, cependant, ne pouvaient pas comprendre pourquoi les groupes de communication acceptaient de réaliser une bande magnétoscopique pour eux, puis disparaissaient pour ne plus jamais donner signe de vie, sans qu'on puisse même avoir une idée des résultats obtenus de la rencontre. L'absence d'une large représentativité, lorsqu'un groupe de programmation communautaire contrôle ou domine l'accès aux media locaux, a soulevé un autre problème. Dans certains cas, le groupe semblait devenir un nouvel "establishment," à maints égards aussi fermé que l'establishment des media conventionnels. Le sentiment d'être propriétaire du canal local s'est développé dans certains groupes; d'autres jouaient plutôt un rôle de filtre. Les causes de conflits étaient variées. Il n'est pas question de nier que la personnalité de chacun a pu jouer un rôle déterminant dans ces conflits, mais le problème général et peut-être insurmontable de communautés épistémiques étanches permet de mieux comprendre ce qui s'est passé.

Cependant, il ne faut pas sous-estimer les problèmes difficiles du manque d'argent, de la rareté du matériel, de l'apathie générale et du peu de motivation des entreprises de câble que ces groupes ont dû affronter pour produire une programmation locale. Malheureusement, ils ont tendance à vouloir à tout prix remplir un horaire. Certains l'ont fait par préférences personnelles, d'autres parce qu'ils connaissaient mieux la technique de la télévision que l'animation sociale et la coordination des groupes communautaires qui cherchaient à utiliser le canal. Des conflits entre divers groupes de programmation communautaires ont miné l'équilibre de la programmation communautaire. Ces conflits, qui ont entraîné un gaspillage d'énergie et de ressources, étaient causés partiellement par le fait que ces groupes se disputaient les rares subventions à court terme.

Il y avait cependant une raison plus fondamentale: certains groupes se préoccupaient plus de leurs propres intérêts; ils parlaient toujours de l'accès sans respecter les priorités de la communauté qu'ils devaient desservir. Les querelles entre les groupes étaient engendrées par la volonté de chacun de se bâtir une "image" et la crainte que celle-ci ne soit affaiblie ou

dépréciée par des groupes concurrents. La formule susceptible d'éviter ces conflits, semble être celle des groupes qui se fixent un objectif à long terme: animation sociale, opposition aux media de masse, ou démythification de la télévision; mais ils s'intéressaient aussi aux tâches précises de l'utilisation du câble dans le but de servir concrètement la communauté qu'ils desservent. En procédant ainsi, l'orientation des priorités ou des besoins vient de la communauté et le rôle du groupe est d'aider à répondre à ces besoins. Fait caractéristique, ces groupes possèdent une bonne unité interne et leur activité est moins axée sur les problèmes d'argent et de subventions. Cela ne signifie pas que le financement est facile, mais que cette question ne masque pas les autres problèmes. De toutes façons, les problèmes dans de tels groupes, ne créent pas de confusion incontrôlable comme ils ont tendance à le faire dans les groupes qui gaspillent leur énergie dans des conflits avec leur communauté ou avec d'autres groupes.

Facteurs socio-techniques

Les groupes servant d'agent de liaison ont essayé d'utiliser les ressources locales pour concurrencer les media de masse extérieurs à la communauté; ils ont essayé aussi, en certains cas, de faire participer les citoyens à la production dans le but de "démythifier" les media et de fournir un mécanisme de communication qui, selon certains, permet d'apporter de meilleures solutions aux enjeux locaux. Les conceptions sur l'accessibilité ont créé des problèmes puisque si on veut lui donner un sens véritable, l'accès doit être effectivement exercé.

A l'exception de quelques régions et de certains cas isolés, le public n'a pas vraiment utilisé cette possibilité de participation. Au début de notre recherche, nous avons étudié les divers problèmes de financement, de personnel, de leadership, etc., afin d'en découvrir les causes. Il semble tout simplement que la plupart des gens ne désire pas réaliser des émissions de télévision. Apparemment, elle ne leur procure pas le genre de feedback, de participation, d'interaction susceptibles de répondre à leurs besoins.

Ces difficultés se rattachent à une identification malheureuse de la programmation communautaire à la programmation conventionnelle. Les artisans de la programmation communautaire sont souvent tentés de copier les émissions "professionnelles" (ce qui réussit rarement de toute façon). Ensuite, les gens sont intimidés devant les caméras; ils croient qu'ils doivent imiter les professionnels de la radiodiffusion ou, comme spectateurs, ils pensent que la télévision doit les divertir passivement. Cela nuit à la recherche d'une programmation nouvelle qui serait un complément à la programmation existante et qui remplirait les vides laissés par les media conventionnels. Nous parlons ici d'une télévision qui offrirait une programmation communautaire fondée sur la diversité et la multiplicité des groupes et des organismes de la communauté. Une télévision qui offrirait des services d'information axés sur les besoins

de la communauté et des renseignements sur les autres moyens d'information.

Ce genre de programmation exige une étroite relation entre, d'une part, les media et les systèmes d'information et, d'autre part, les besoins collectifs de façon à ce qu'ils soient satisfaits le mieux possible. S'écarter du cadre de la programmation conventionnelle implique une conscience aigüe de ses mécanismes et du contenu. Si un problème local devient d'une actualité brûlante, il faut disposer d'un cadre souple permettant la transmission en direct des réunions ou débats collectifs, au moment où le public s'y intéresse. Il faut pouvoir modifier l'horaire. Les réalisateurs locaux peuvent toujours accorder du temps aux groupes désirant utiliser le canal et en même temps continuer à réaliser leurs propres émissions. Il faudrait aussi que des groupes étudient les différents moyens de communication afin de déterminer lequel servira le mieux leurs objectifs ou leurs besoins. Si leur message n'est pas visuel et intéresse des gens qui travaillent chez eux durant la journée, la radio sera la plus efficace. De nombreuses personnes préfèrent le contact personnel; ainsi, des services d'information pourraient tenir des listes de personnes ressources susceptibles de fournir les renseignements désirés. Dans nombreux cas, la télévision a été utilisée inutilement par rapport à la tâche à accomplir. Se servir de la télévision pour communiquer certains renseignements communautaires équivaut à l'usage du canon pour tuer une mouche. Elle peut accomplir le travail mais avec beaucoup de fracas, de remue-ménage et de dommages inutiles. La plupart des personnes engagées dans cette voie ferait mieux de retourner au tueur-mouches.

Mises à part les difficultés de communication entre les groupes, un formidable obstacle technique gêne ceux qui encouragent l'utilisation des systèmes de câble pour la programmation locale. Le territoire desservi par les systèmes de câble ne coïncide pas nécessairement avec les frontières politiques d'une région. Il est pourtant assez ironique de constater que les questions se rattachant à un secteur géographique furent celles qui reçurent le plus d'attention et comptent parmi les plus grandes réussites de la programmation locale: problèmes d'urbanisme, séances de conseils municipaux, élections locales. Pourtant, c'est là où on doit surmonter les plus grandes difficultés techniques, les mairies étant situées dans des territoires desservis par des systèmes de câble différents de ceux des électeurs.

Certaines personnes suggèrent que les systèmes de télévision par câble fournissent à chaque école élémentaire la possibilité de réaliser des émissions. Cela coïnciderait avec la plus petite unité géographique susceptible d'avoir des préoccupations communes. Si chaque district scolaire pouvait utiliser un système de télévision en circuit fermé pouvant fonctionner, soit de façon indépendante, soit en relation avec tous les autres, nous aurions un moyen technique assez souple pour favoriser l'expansion d'une programmation communautaire beaucoup plus efficace.

Jusqu'à présent, la communication et l'information à sens unique ont dominé notre conception et notre utilisation des moyens de communication. Mais plus récemment, nous avons mis au point des moyens de réagir, telles les lignes ouvertes et les émissions du câble qui permettent aux gens d'exprimer publiquement leurs points de vue. Peut-être ce genre de communication est-il suffisant. Mais ne pourrions-nous pas envisager de se faire entendre directement auprès du conseil de planification, de la commission scolaire, ou des gouvernements régionaux et provinciaux? Cela pourrait certainement être techniquement possible si la recherche s'orientait vers d'autres méthodes de communication.

Les centres d'informations

De nombreux centres communautaires d'information apparaissent sur tout le continent s'efforçant de répondre aux besoins. Il y a un an une employée bénévole d'un centre d'information fit remarquer qu'il y avait une telle quantité de ces centres naissant tous les jours qu'il faudrait bientôt un centre d'information sur les centres d'information. Elle ne croyait pas si bien dire puisqu'une des tâches principales du nouveau centre d'information communautaire de Vancouver est de coordonner les renseignements relatifs aux autres centres.

Ce centre recueille, met à jour les renseignements et les transmet une fois par mois aux centres d'information locaux afin d'assurer le mouvement et l'exactitude de l'information. (Cette division des services de renseignements en bureaux centraux et bureaux locaux est étudiée dans *Issues for Citizen Information Services*; rapport d'une consultation communautaire, par le Conseil canadien du Développement social, Ottawa.)

Il y a beaucoup d'éléments rattachés à l'expansion des centres d'information eux-mêmes, mais en ce qui a trait au service de communication, la division des centres fait ressortir la nécessité d'ordonner les renseignements et d'aider les gens à préciser leurs demandes de même qu'à procurer des canaux de feedback afin que le mécanisme de communication soit à deux sens plutôt qu'à sens unique. Des centres d'information locaux assurent le feedback en enregistrant les besoins exprimés dans les demandes de renseignements. Ainsi, à la suite de nombreuses demandes, on a créé des services comme les bureaux de logement, les bureaux d'aide juridique et les garderies. Dans ces cas, les centres d'information sont parvenus à des résultats que les groupes de communication n'ont pu égaler. Cependant, cette méthode implique des objectifs multiples, des organismes de service social et du personnel "extérieur" qui ont besoin d'une base pour atteindre leur public.⁷

Nous avons mené une étude dans une région de banlieue qui dispose d'un canal communautaire, de plusieurs centres d'information et de trois journaux locaux en plus des autres moyens de communication de masse. L'étude a démontré l'existence de grandes lacunes dans le service d'information. Nous avons

effectué un relevé rapide des types d'appels téléphoniques reçus dans plusieurs établissements publics, telles les mairies et les bibliothèques. Tous les appels reçus étaient enregistrés et classifiés. Une forte proportion consistait en demandes de renseignements d'ordre général. Cette catégorie comprenait des demandes de toutes sortes: renseignements de nature historique et géographique, numéros de téléphone, problèmes de location et de nombreuses questions plus personnelles telles celles sur la procédure à suivre dans les demandes de divorce. Comme on pouvait le prévoir, la bibliothèque recevait un fort pourcentage (21%) de demandes de renseignements généraux souvent en rapport avec un livre. Par exemple: "Avez-vous des livres sur la façon de construire un mur de soutien?"

Les deux mairies de la région reçoivent des demandes de renseignements d'ordre général, mais aussi des appels qui ne portaient pas précisément sur les affaires municipales, par exemple, des demandes relatives à des organismes extérieurs comme le service de santé ou des questions mettant en cause un autre niveau de gouvernement, ou une autre région de la province.

Les demandes de renseignements d'ordre général ou non-municipal constituaient 13% des appels dans une mairie et 25% dans l'autre. Ces chiffres donnent à penser qu'en cherchant de l'information les gens s'adressent à des institutions publiques bien connues même si leur fonction n'est pas essentiellement de fournir des renseignements et même si des moyens et des organismes officiels d'information se trouvent dans la région.

Mais on rencontre un certain nombre d'obstacles si on cherche à relier les services d'information et les media. Les media pourraient accélérer le processus de distribution des renseignements. Imaginons, par exemple, un système d'information utilisant le téléviseur de chaque foyer; quel progrès alors dans les services offerts à la population. On pourrait élaborer un système grâce auquel les demandes faites par téléphone seraient référées à un canal de télévision où l'on trouverait une réponse complète et illustrée.

On fait en ce moment de nombreuses expériences en ce sens; il semble que le principal obstacle ne soit pas économique ou technique mais bien le manque d'imagination des programmeurs et des usagers. Notre vieille conception de la télévision divertissement est si forte que nous semblons incapable de transformer cet instrument en machine d'information. Cette perception étroite pourrait affecter son acceptation dans le public. De toutes façons, il est certain que jusqu'à maintenant, les vieux conditionnements concernant la télévision et la programmation ont sérieusement limité les expériences communautaires dans le domaine des communications.

Actuellement, comme le choix des moyens de communication de masse est limité, le nombre de téléspectateurs d'une émission spéciale est extraordinairement élevé. (Pensons, par exemple aux envolées spatiales). Lorsque le choix est beaucoup plus vaste, on peut craindre, nous dit-on, la fragmentation, car il y aura

moins de ces expériences communes, mais si les moyens de communication répondent aux aspirations de chacun, nous nous retrouverons peut-être avec un plus grand nombre de personnes partageant les mêmes préoccupations. C'est ce que nous promet la multiplicité des canaux qui peut nous libérer d'une programmation axée sur le "plus bas dénominateur commun." C'est aussi une condition qui permettra à la programmation communautaire d'être vraiment efficace. La production locale n'aura plus à se mesurer uniquement à la production professionnelle des grands réseaux. Elle sera à sa place parmi les multiples canaux d'information et de divertissement qui offriront une variété d'émissions autant au joueur d'échecs qu'au bricoleur.

Peut-être bien que l'époque de la télévision abrutissante disparaîtra à mesure qu'on se détachera de l'emprise hypnotique des émissions américaines. Pour que cela se réalise, il faudra consacrer beaucoup d'imagination et d'efforts à la production et à la programmation pour des nouveaux canaux. C'est néanmoins en songeant à cette éventualité prochaine qu'on comprend bataille énorme qu'a à mener la programmation locale actuelle si elle veut attirer l'attention du public.

Conclusion

Pourquoi avons-nous cru bon d'examiner aussi attentivement les besoins des groupes en matière de communication? En premier lieu, nous croyons que l'étude des besoins du public a toujours été faite par des méthodes inadéquates. L'exemple le plus évident est la notion de "public." Depuis un certain temps, cette notion de public de masse fait l'objet de critiques qui s'appliquent également au niveau de la communauté. L'étude des groupes communautaires montre succinctement qu'il y a de nombreux "publics" ou "communautés épistémiques" et nous croyons que les travaux de recherche sur les besoins devraient en tenir compte. Ce qui n'est pas toujours le cas. Le plus souvent, on effectue un sondage en demandant aux

gens ce dont ils ont besoin, et on axe les émissions sur les dix premiers besoins énoncés.

Cette méthode hiérarchique force à adopter une vue d'ensemble, comme toujours, laissant à l'écart des groupes de citoyens dont les intérêts sont différents. Le mécontentement que cela a créé s'exprime de plus en plus vivement, et on tend à reconnaître maintenant que les émissions de télévision doivent être axées sur *les* publics plutôt que sur *un* public. Il serait peut-être possible de desservir tous ces publics en multipliant les canaux, pourvu évidemment que ces nouveaux canaux ne soient pas utilisés de la même façon que les anciens. On peut reconnaître sans trop de difficulté que l'existence de nombreux groupes et organismes est le reflet de la complexité du public. Mais la question essentielle est de savoir quel rôle jouent ces groupes en ce qui a trait aux besoins et à la participation en matière d'information. L'information est vitale dans notre société. Mais est-ce si difficile de l'obtenir? En fait, il est presque impossible d'éviter d'en être assailli de toutes parts. Ce qui est nécessaire, c'est de traiter cette information avec le plus de compétence. Il faut des agents pour ordonner l'information et prodiguer des instructions sur la façon de trouver l'information que l'on recherche.

Deux principaux types d'organismes sont apparus dans notre société au cours des dix dernières années; ils se sont donnés pour tâche d'accroître le flot de l'information allant vers le public et vice-versa. Ces organismes, le groupe de communication communautaire et le centre d'information, abordent les problèmes de l'information du public dans des perspectives totalement différentes.

Ils traitent néanmoins, chacun à sa façon, le même grand problème de notre époque: l'accès du public à l'information. En créant un rapprochement entre les groupes de communication et les centres d'information, on pourra peut-être façonner des utilisations différentes et imaginatives de nos nouvelles possibilités techniques en matière de communication.

1. Hindley, Patricia M., "Neighbourhoods of the Air," communication présentée à la conférence de l'Association internationale des communications, Atlanta, Georgie, avril 1972.

2. Holzner, B., *Reality Construction in Society*, Cambridge, Mass.: Shenkman, 1968, p. 69.

3. Beaucoup de projets semblables dépendaient auparavant de l'appui de divers organismes notamment le Secrétariat d'Etat avec les subventions de Perspectives Jeunesses et d'Initiatives locales, des programmes de subventions à court terme dont le but était de répondre aux besoins sociaux. Ces programmes étaient de nature expérimentale et, depuis que cet acticle a été écrit, le groupe de Port Alberni, décrit ci-dessous, a été dissout. (Note de l'éditeur)

4. Constitution de la *West Kootenay Cablevision Society*, août 1973.

5. "Rapport du Comité spécial sur la télévision par câble," Ville de Prince George, juin 1973.

6. *Discovery Passage*, no 1, 23 juin 1972.

7. Pyper, Terry "Neighbourhood Information Centres, a Re-examination of their Relationship with the Social Service Sector," *Community Change*, vol. 1, no 1, January 1973.

Les media, miroir de la communauté

Colin Low

Je ne connais pas de meilleur exemple pour illustrer ce titre qu'un incident survenu à Terre-Neuve en 1970. On avait demandé à un agent de développement communautaire de l'Université Memorial à Saint-Jean, Terre-Neuve, d'aider une petite communauté côtière à fonder un comité de perfectionnement. Une réunion fut convoquée et l'agent y apporta son magnétoscope portable. Il y avait peu de participants et plusieurs d'entre eux avaient pris la précaution de se prémunir contre le terrible ennui d'un débat public en ingurgitant un ou deux petits verres de rhum. Comme d'habitude, ne prirent la parole, tout au long de la soirée, que les mêmes deux ou trois personnes. Les gens de la côte sont très réservés et extrêmement polis; souvent ils portent un respect excessif à toute forme d'éducation citadine: un handicap psychologique qui résulte du vieux mythe, imposé depuis des générations, que la sagesse va de pair avec l'instruction.

La réunion se déroula assez rapidement et il semblait normal, à la fin, que ceux qui avaient fait preuve d'une certaine facilité d'élocution soient choisis pour former l'exécutif du nouveau comité de perfectionnement—jusqu'au moment du visionnement de l'enregistrement magnétoscopique. L'auditoire se dégrisa vite; il n'y eut plus d'autres interventions et la soirée s'acheva dans un climat de profonde réflexion.

Le lendemain, notre agent reçut un appel téléphonique de la part d'un représentant de la dite assemblée: on avait décidé presque à l'unanimité de prendre un nouveau vote pour désigner l'exécutif.

Une nouvelle réunion fut convoquée. Cette fois, on ne toucha pas au magnétoscope. L'assistance était deux fois plus nombreuse; si aucun des membres nouvellement élus ne fut relevé de ses fonctions, il est intéressant de noter qu'on nomma d'autres membres pour "étayer" le nouvel exécutif.

De tels événements viennent confirmer mes opinions: l'exercice de la démocratie exige du temps, de la réflexion et la possibilité de revoir ou de "rejouer" les événements vécus par le groupe. La mémoire individuelle est faillible; la mémoire d'un groupe est parfois franchement trompeuse, car elle est faite de points de vue multiples bien que nous ayons souvent l'illusion que le groupe partage la même image que nous.

Il est nécessaire de se rendre compte que nous exprimons nos idées de façon parfois très inadéquate, parce qu'en nous adressant aux autres, nous nous parlons aussi à nous-mêmes. Nous entendons deux voix que souvent nous confondons: la voix intérieure et la voix extérieure. Nous avons l'illusion d'avoir suffisamment expliqué notre point de vue, alors qu'en réalité, nous n'avons présenté à autrui que la moitié ou moins de la moitié de ce que nous nous sommes dits à nous-mêmes.

Seule la possibilité de voir objectivement notre comportement véritable nous fait prendre conscience de l'insuffisance de l'image qui a été projetée. Observez un vrai conteur à l'oeuvre; c'est l'attention à la rétroaction (feedback) qui garantit son efficacité: ce pouvoir subtil des "antennes" qui savent capter le rire, le frisson de l'expectative et l'émerveillement qui soudain se répand sur tous les visages.

Auditoires et consensus

Et l'auditoire maintenant? A travers le prisme de ses vanités et de ses préjugés, à travers la préférence qu'il accorde à un style plutôt qu'à un autre, que retient-il de ce qui lui a été projeté?

Il m'est arrivé d'avoir à parler des media et de la communauté à un groupe de journalistes et d'éditorialistes de la presse écrite. J'avais déjà eu une fort mauvaise expérience quelques mois auparavant, avec un groupe de médecins qui n'appréciaient pas particulièrement mon style d'orateur trop sérieux. Fatigués, ennuyés et un tantinet ivr délicatesse s'ils m'avaient lancé à la figure, au beau milieu de mon exposé ce qui restait de leur repas. Je n'avais pas tiré profit de cette leçon, puisque je me retrouvais, encore une fois, dans la même situation.

Quand j'arrivai au club des journalistes, les boissons étaient déjà servies et le groupe ne semblait pas d'humeur à entendre parler d'obscures communautés tyrannisées par la misère et les problèmes de communication.

Cette fois, j'avais apporté un magnétoscope pour illustrer mes théories. Je proposai à l'assemblée de participer à un jeu de société, puisque tout le monde était de si bonne humeur. Grâce à la magie des media, nous pouvions parler à l'instant même à n'importe qui sur la planète. Je suggérai donc que le groupe choisisse un personnage, connu ou inconnu, et qu'il lui pose une question. A l'unanimité, le groupe accepta que les débats soient enregistrés sur magnétoscope; je m'abstins de toute forme de participation à la discussion.

Quelqu'un se leva et proposa Mao Tsé Toung comme personnage à interroger. A partir de cet instant, ce fut la confusion totale; en comparaison, la scène de la Tour de Babel n'était qu'un vulgaire petit pique-nique d'écoliers. Quelques-uns devinrent sérieux et même très graves. Le groupe n'avait élu aucun président, ni adopté de règles de procédure. Après trois quarts de délibérations inutiles, je proposai de visionner la bande magnétoscopique.

On vit alors toutes les manifestations de l'incertitude que secrète un groupe humain. Ces gens-là, en dépit

d'une éducation supérieure à la moyenne, en dépit de leur expérience dans le monde de la communication et de leur connaissance des procédures d'assemblée, en étaient exactement au même point que les gens de la côte de Terre-Neuve ou les mineurs en chômage. Vous me direz que la situation était fictive, que mes auditeurs avaient compris qu'il s'agissait d'une charade, d'un jeu de société et, qu'en conséquence, ils ne la prenaient pas au sérieux et qu'il en aurait été tout autrement si on leur avait posé un problème touchant leur bien-être physique ou social. Toujours est-il que mon stratagème avait réussi. Après ce petit jeu, j'ai pu leur exposer les problèmes de communication touchant d'autres groupes. Ils m'ont alors écouté, parce qu'ils avaient "vu" la différence entre l'illusion collective du professionnalisme dans le monde des communications et la réalité de ce "professionnalisme" en action.

Un même individu, lorsqu'il est seul ou dans un groupe, devient un être complètement différent. C'est pourquoi, les comportements et les réactions du groupe sont si difficiles à prévoir. Les techniques de manipulation de groupe ne m'intéressent pas; c'est une voie sans issue en ce qui concerne les changements sociaux. Par contre, les moyens de renforcer la confiance individuelle et la confiance d'un groupe dans sa capacité à résoudre des problèmes constituent, pour moi, un des plus importants aspects de la recherche et de l'expérimentation dans le domaine des media.

J'ai toujours été fasciné par les relations entre la morale individuelle et la morale collective; cet intérêt remonte peut-être à mon enfance. Je suis né dans une petite communauté de fermiers du sud de l'Alberta où il était facile d'observer les phénomènes de communication. Les mormons furent les premiers à s'établir dans cette région vers la fin du siècle dernier et ma famille faisait partie des pionniers. Dans notre région, un bon nombre de villages était de descendance mormone. Avec le recul des années et si je compare avec d'autres communautés où j'ai vécu par la suite, je peux dire, malgré la dépression des années 30, que ces communautés étaient extrêmement riches, sur le plan des valeurs sociales et psychologiques. Je crois que cette richesse est reliée à la foi des mormons fondée sur l'importance de la participation et de la communication verbale. Les leaders de la communauté sont en fait des ministres laïcs et l'on s'attend que pratiquement tout le monde participe aux réunions, aux activités récréatives, aux sports, aux activités sociales et aux projets de travail; tout cela dès le plus bas âge. Que l'on soit d'accord ou non avec les fondements doctrinaux de cette secte religieuse, il reste que la ligne de démarcation entre la "conscience" que chaque individu a de lui-même et celle qu'il a du groupe est très imprécise. L'individu ne peut mener une existence insouciant et s'attendre à vivre dans une communauté riche. L'espace, voilà une chose essentielle à la santé mentale de l'individu et de la communauté. Mais il faut que chacun soit prêt à participer, qu'il sache se compromettre et assumer les risques de son engagement. C'est la base de la conscience de soi et de la lucidité.

Mais que se passe-t-il lorsqu'on se trouve dans des milieux dénués de telles traditions? Dans le milieu urbain, par exemple, où le respect de la vie privée et l'anonymat sont parfois considérés comme des choses précieuses. L'aliénation n'est pas loin. Je crois que les villes ne survivront pas à leur propre éclatement; en ce moment, il est évident qu'elles possèdent un puissant magnétisme. Il n'en reste pas moins que le fossé entre, d'une part, la frénésie grandissante de la vie urbaine et, d'autre part, l'isolement et le sous-développement culturel des petites communautés souvent exploitées par la ville n'est pas près d'être comblé et il ne le sera peut-être jamais. Nous pouvons nous attendre à vivre entre deux extrêmes et nous devons essayer de relever le défi.

On serait en droit d'espérer que les media relient ces deux extrêmes et développent ce qu'il y a de mieux dans chacun de ces mondes. Mais je crois que nous commençons à peine à comprendre les media en termes de relations humaines, c'est-à-dire à voir tout le bien et tout le mal qu'ils peuvent faire.

Récemment, j'ai pris connaissance des méthodes éducatives utilisées avec des enfants paraplégiques au Centre ontarien pour les enfants infirmes. Certains d'entre eux sont incapables de parler et éprouvent de la difficulté à utiliser leurs membres. Comme ces enfants sont souvent d'une intelligence très supérieure à la moyenne, leur frustration est énorme. On peut leur transmettre des messages, mais ils ne peuvent répondre. Leur seul mode de communication est la crise émotionnelle. On a mis à la disposition de ces enfants un langage symbolique, un système de 480 signes placés sur un tableau qu'ils n'ont qu'à désigner du doigt. Ce système, assez subtil paraît-il, leur permet de converser avec leurs professeurs ou entre eux et même de faire des blagues. La transformation de leur personnalité est remarquable. D'un système de communication à sens unique où ils n'étaient que récepteurs, ils découvrent la communication à deux sens; ils deviennent de vrais émetteurs.

La société, vue dans son ensemble, renferme toujours des groupes prisonniers d'un système de communication à sens unique. On les utilise fréquemment en tant que récepteurs. À l'intérieur du groupe lui-même, les communications peuvent être normales, mais dès qu'il s'agit d'entrer en contact avec des éléments extérieurs, ces groupes restent muets. On pense surtout à des exemples très connus: les villages du Labrador ou de l'Arctique, les réserves indiennes, les ghettos urbains; mais il existe aussi de nombreuses autres communautés qui ont des difficultés similaires.

Maîtrise des techniques de communication

En 1968, l'*Office of Economic Opportunity*, de l'état de Washington s'est intéressé aux expériences tentées dans le cadre de *Société Nouvelle*, sur l'utilisation du film comme catalyseur du développement communautaire. L'OEO nous invita, Julian Biggs de l'O.N.F. et

moi-même à diriger un projet similaire en collaboration avec une agence de développement communautaire dans la vallée de San Joaquin en Californie. Farmersville n'est pas un village retiré et isolé, mais une petite ville située au coeur d'une région fruitière prospère, à quelques milles de Visalia. Dans les années 30, ce n'était qu'un village de tentes habité par les nouveaux arrivants d'Oklahoma et d'Arkansas. (Dans son roman *Les raisins de la colère*, Steinbeck parle de Camp Linnel, localité située à trois milles de Farmersville.) Mais, vers les années 40, on y avait déjà construit de petites maisons et des cabanes; au cours des années 50, le village est devenu une ville administrée par un conseil municipal. Vers la fin des années 60, il y eut un vaste mouvement en faveur de l'abolition du statut municipal, à cause des impôts et du coût des services que la ville avait introduits.

Les premiers fondateurs des années 30 étaient devenus des collets bleus: contremaîtres des fermes, chauffeurs de camions, opérateurs de machinerie lourde. Un groupe relativement nouveau de mexico-américains formait la main-d'oeuvre agricole. Il y a aussi, non loin de Farmersville, une petite ville qui est fière d'abriter quatorze millionnaires; ils sont les propriétaires des grandes plantations de fruits. Même si c'est dans cette ville que les jeunes fréquentent le "High School," Farmersville demeure un village de cultivateurs et d'ouvriers agricoles.

Qu'attendait-on de l'expérience que nous entreprenions? Une fois de plus, on misait sur l'amélioration de la communication locale pour favoriser un meilleur développement communautaire. Il n'y avait au village aucun agent de développement communautaire et l'Office de la région n'avait jusque-là remporté qu'un faible succès avec ses programmes et ses activités. Cependant, l'administration locale du service disposait d'une équipe de travailleurs acharnés qui permettait de croire en la possibilité d'un projet de communication et, à long terme, au développement communautaire.

Notre équipe, en tout dix personnes, s'était installée dans une maison de la région. Pour la circonstance, elle fut divisée en deux afin de pouvoir travailler, en même temps, avec une plus grande partie de la population. Les montages se faisaient en même temps que les prises de vues et la salle de montage était installée dans la rue principale, pr` Chaque semaine, nous présentions des films dans la salle de réunion des vétérans. Nous voulions que nos activités soient aussi ouvertes que possible. Il n'y avait dans la région ni grève, ni manifestation de mécontentement. Visiblement, le village était paisible. Le manque de communication était surtout dû à des différences culturelles fortement marquées par l'élément racial.

La plupart des églises du quartier blanc du village étaient "pentecostistes" et la majorité de la population animée d'une grande foi de type "fundamentalist". Bien entendu, les mexico-américains, avec leur musique entraînante, leur passion du jeu et leur ferveur catholique, représentaient une toute autre culture. Même si les habitants nous racontaient qu'il n'y avait pas de préjugés ni de problèmes dans le village,

l'absence de communication dans ce cas précis sautait aux yeux. Ce n'était pas le seul exemple: les petits propriétaires de ranches avaient peur des grands, qui à leur tour craignaient les grandes sociétés de ranches; les propriétaires de ranches se méfiaient de toute organisation de travailleurs. Je n'entreprendrai pas d'indiquer le nombre, ni la nature des liens que nous avons essayé d'établir dans les trente-six films réalisés au cours de ces trois mois. Au début, nous avons eu un certain succès. Cependant, une grande partie de nos projections de films se faisaient dans la salle de réunions des vétérans et là ce n'était pas très réussi au début. Tout le monde avait la télévision soit en noir et blanc, soit en couleur. Il y avait un ciné-parc à trois milles du village. Qui donc pouvait s'intéresser à des films-maisons, en noir et blanc qui passaient dans la salle des vétérans? N'assistaient aux séances en fait que des enfants et un petit groupe d'amis formé autour de l'équipe de réalisateurs.

Une des activités les plus réussies visait d'abord les adolescents, blancs ou chicanos. Nous avons commencé par réaliser un film de divertissement avec des adolescents chicanos. L'expérience fut tellement agréable qu'elle mena à un engagement plus approfondi. Avec les mêmes adolescents, on fit alors un film sérieux qui fut projeté devant les parents afin d'obtenir leur approbation. Le même processus se répéta avec les adolescents blancs. Vers la fin du projet, une série de trois projections fut organisée. La première était un spectacle de dessins animés pour les enfants de moins de 12 ans. A la fin de la projection, nous avons annoncé que le lendemain soir nous organisions un festival de films pour leurs frères et soeurs et que ces films seraient strictement réservés aux adolescents. Le lendemain soir, la salle était bondée, les blancs d'un côté et les chicanos de l'autre. Le programme connût un succès monstre; même s'il y eut peu de discussion à la fin de la représentation, l'assistance était enchantée.

Nous avions demandé aux jeunes d'inviter leurs parents pour le soir suivant, pour le même spectacle. Là encore, la salle était comble et, tout de suite après, une discussion s'engagea entre les spectateurs. Elle se déroula simplement, sur le ton de la bonne humeur et les gens parlèrent des différences raciales d'une manière tout à fait détendue. Un des films que nous avions montré aux parents présentait un dialogue entre deux jeunes chicanos, anciens combattants, qui exposaient calmement leurs points de vue sur les préjugés raciaux. Intelligents et charmants, ils étaient probablement les seuls capables de lancer la discussion dans un tel contexte et sur un tel sujet.

Vous direz peut-être que nous avons utilisé une tactique de manipulation pour entraîner l'assistance à discuter d'une question que peu d'entre eux, blancs ou chicanos, avaient envie d'aborder. Mes sentiments sont assez ambivalents. Tout en reconnaissant que les gens ont réagi très favorablement, je dois avouer qu'il aurait pu en être autrement et que le résultat aurait été néfaste sur le plan social. Je crois qu'il est préférable que les gens avancent à leur propre rythme et fixent leurs propres priorités en ce qui concerne la solution de

problèmes sociaux; mais là où l'on n'a pas l'habitude de la discussion publique et là où des influences négatives ont éliminé la possibilité de tels événements collectifs, il est nécessaire d'encourager de nouvelles formes de rencontres.

Vous direz peut-être que nous sommes entrés en compétition avec les mass media. Il est vrai que, dans une certaine mesure, nous avons eu recours aux méthodes du monde du spectacle. Quand il s'agit de produire un document particulièrement éloquent, il faut d'abord bien connaître son auditoire et ensuite savoir exactement quel message on veut lui transmettre. Mais quand les sujets d'un film commencent à participer activement à la production et à la projection, le jeu n'est plus tout à fait le même.

Un jour, je filmais une interview avec un mexico-américain, contracteur fermier dans une orangerie non loin de Farmersville. Sa tâche consistait à recruter la main-d'oeuvre pour les grandes plantations; nous discutons de certains problèmes touchant le travail, les familles d'immigrants, les enfants de travailleurs, l'éducation, etc. Un contremaître blanc, qui travaillait avec le contracteur mexicain, s'approcha de nous avec curiosité. On ne peut s'empêcher de penser qu'il avait été envoyé par le propriétaire du ranch pour "contrôler" la situation, en dépit du fait que notre présence avait été dûment approuvée par la direction.

Le ton de l'interview changea radicalement. Le contracteur devint plus prudent dans le choix de ses mots. J'invitai alors le contremaître blanc à se joindre à nous; la discussion devint si intéressante que je demandai de la poursuivre le lendemain. La discussion touchait des points délicats. On discuta de race et de discrimination, des attitudes et des relations entre les couches sociales. Visiblement les deux hommes se respectaient; il fallait un certain courage pour aborder ces sujets.

Lors du montage du film, notre équipe s'inquiéta sérieusement des conséquences du film: les deux hommes risquaient peut-être leur emploi en s'exprimant aussi librement devant une population chatouilleuse sur les questions de race et de discrimination. Le patron du contremaître blanc n'allait-il pas prendre ombrage de la trop grande "compréhension" de son employé pour les problèmes des travailleurs immigrants? Les travailleurs n'allaient-ils pas reprocher au contracteur mexico-américain d'être trop "Oncle Tom" dans sa façon de comprendre les problèmes économiques de l'exploitation fruitière et affaiblir ainsi son efficacité comme contracteur?

Telles étaient nos inquiétudes avant la projection du film. Je priai les deux hommes de venir assister à une projection privée en pensant aux réactions que le film susciterait chez leurs camarades de travail. A la fin, ils exprimèrent tous deux leur entière satisfaction et approuvèrent la projection du film sans aucune réserve.

Les projections remportèrent un grand succès et provoquèrent des discussions qui dépassaient de loin toutes celles que nous avions eues précédemment dans le village. Par pur hasard, nous étions tombés sur les parfaits intermédiaires pour le rapprochement des

deux mondes. Les deux hommes n'étaient ni riches ni pauvres; ils avaient des statuts semblables mais avec une éducation et des antécédents différents. Tous deux étaient éloquents, persuasifs et sympathiques; ils avaient mis à nu leurs convictions personnelles sans pour autant condamner la société.

Quel étonnement, quelques semaines plus tard, d'apprendre que le contracteur mexico-américain avait été élu à la présidence du syndicat local. Pour sa part, le contremaître blanc demanda une projection spéciale du film pour son club Lions; il semble que le film provoqua une discussion de plusieurs heures.

Quand je racontai l'événement au regretté John Grierson, il me demanda de cette façon socratique qui le caractérisait, ce qui avait été obtenu à la suite de toute cette activité, à part une plutôt vague "bonne volonté" communautaire. Je lui répondis que, selon moi, un changement social positif et non-violent est impossible sans la création d'une certaine base de confiance à l'intérieur d'une large partie d'une population. Dans une situation polarisée, il faut commencer par là. Grierson, je crois, était d'accord avec moi. (M. Grierson fut le fondateur et le premier directeur de l'O.N.F.).

Au cours des nombreux projets auxquels j'ai participé, (l'île de Fogo, Terre-Neuve; Farmersville, Californie; Drumheller, Alberta; etc.), j'ai vu des groupes réagir de façon imprévisible et étonnante à la projection de films nés dans leur milieu ou qui intéressaient directement le groupe. Je suis maintenant convaincu que cet effet de miroir a une profonde influence sur la conscience individuelle et sur la conscience du groupe. Cela me semble tellement évident que je ne comprends pas pourquoi l'application de la technique ne se soit pas répandue plus rapidement.

Lorsque je montrai aux membres du comité de développement de Fogo le premier enregistrement filmé de leur réunion, ils étaient gênés de constater leur manque apparent de méthode. La réunion était ennuyante et c'est avec répugnance que le comité approuva la projection du film pour la communauté. Celle-ci découvrit dans le film quelque chose de complètement différent et dès lors, se montra de plus en plus favorable au travail du comité. Dans ce film, on présente le vote d'une motion visant à inviter le Premier Ministre Smallwood à visiter l'île. Au moment où le film se trouvait en laboratoire et en montage, le Premier Ministre était effectivement en visite dans l'île et y prenait d'importants engagements financiers. Grâce au film, les habitants de l'île ont pu se rendre compte que l'initiative de cette visite revenait au comité de développement. Le moral du comité et celui de la communauté s'en est trouvé fortifié.

J'ai vu des dizaines de cas semblables, où un film affecte profondément un groupe, soit à titre de catalyseur pour une discussion audacieuse, soit en confirmant la conviction profonde du groupe. En même temps, une réunion médiocre ne pourra faire qu'un film terriblement ennuyant. Souvent, c'est tout ce qu'un groupe obtient: son propre ennui porté à l'écran. Souvent aussi, il est nécessaire qu'un animateur ou un

interviewer ouvre de nouveaux horizons de pensée, qu'un réalisateur enchaîne des scènes pertinentes dans un ordre qui révèle un sens nouveau. Ces deux méthodes sont importantes.

De nombreux groupes sont enfermés dans leurs schèmes habituels de pensée et d'expression, inhibés, embarrassés et comme acculés à une impasse. Mais si un animateur lance une discussion avant que la communauté ne soit prête, l'expérience peut être traumatisante et produire des inhibitions permanentes. En voici un exemple: dans un village côtier, j'ai commis l'erreur de présenter un film sur le bien-être social dès la première séance de films présentée dans la communauté. Quand je revins la semaine suivante, il n'y avait que des enfants dans la salle.

J'ai parlé librement du groupe, de la communauté et de l'individu. J'ai parlé de conscience et de morale. Peut-être, est-il temps d'examiner plus attentivement les effets qu'une projection d'un film sur un groupe ou une communauté peut avoir sur un individu.

Dans de nombreuses communautés à faible niveau d'instruction, on entend souvent dire: "Nous ne pouvons pas parler, nous ne sommes pas instruits". Parce que ces gens ne sont pas instruits, ils se croient inférieurs et ils se sentent presque obligés de se dénigrer à cause du mythe de l'éducation. Et pourtant, parce qu'ils ne sont ni influencés ni paralysés par une longue scolarisation, ces gens ont une forte tradition orale basée sur l'art du conteur, du poète, du chanteur. Ils peuvent être spirituels et expressifs; leur langue est quelquefois plus riche que la langue uniforme et neutre des manuels scolaires. En présentant ces talents à l'écran, il est peut-être possible de changer les attitudes envers le mythe de l'éducation. C'est d'ailleurs toujours assez étonnant pour le citoyen sophistiqué de rencontrer dans une communauté isolée, non pas un, mais plusieurs sages qui se sont faits eux-mêmes.

Mais, direz-vous, il s'agit de communautés isolées. Qu'en est-il d'une communauté urbaine où le niveau d'éducation est élevé? Je crois que, sur le plan des techniques de communication, le problème est le même. Les gens sont intimidés par les médias; ils comparent leur façon de s'exprimer à celle des professionnels. Les médias eux-mêmes, avec leur statu quo, ont engendré autour d'eux toute une mystique intimidante. Donc, si la communauté isolée présente des facteurs inhibitifs qui la rendent incapable de dialoguer, discuter et communiquer publiquement, il en est de même de la communauté urbaine.

L'éducation et les mass media donnent l'illusion de la participation. Un individu peut se sentir impliqué, être persuadé qu'il sait, qu'il est engagé. En fait, il s'agit souvent de sentiments factices; car ils n'ont pas été vérifiés par l'action et la participation réelle qui constituent le fondement véritable de toute sagesse.

Quelques règles d'action

Je vous parle d'enregistrement et de reproduction: pourquoi me croire sur parole quand je dis que c'est un instrument de grande valeur pour résoudre les problèmes d'un groupe? L'équipement (magnétophone ou magnétoscope) se trouve à peu près n'importe où, et il est facile de l'utiliser soi-même. Vous n'avez nullement besoin d'une vaste expérience ni d'installations techniques complexes. Il vous faudra un monteur ainsi qu'un interviewer s'efforçant d'être objectif plutôt que de "démontrer" sa valeur. Presque chaque groupe—organisme gouvernemental, groupe d'hommes d'affaires, association scolaire ou familiale—fait face à des problèmes qu'il aimerait résoudre, mais la communication semble toujours difficile à cause des mots et des personnalités. Amenez chaque membre à donner son évaluation du problème ou des problèmes, personnellement, en privé et d'une façon détendue, en lui garantissant un droit de contrôle sur le montage de son entrevue. Faites passer les versions finales de ces bandes au groupe. Si les présentations individuelles sont calmes, la discussion subséquente sera calme et objective. Les individus auront la possibilité de modifier leur présentation, de reformuler leur pensée avant de présenter au groupe des bandes finales. Ils auront alors l'immense avantage d'assister aux réactions, positives ou négatives, de chaque membre du groupe. Il faut aussi enregistrer ces réactions. Si l'animateur ou l'interviewer sait maintenir le calme et le sérieux, ces projections dévoileront une variété de motivations et de points de vue.

Persévérez jusqu'à ce qu'il y ait possibilité d'un certain accord. Il ne faut pas que les individus perdent la face: le travail doit être exécuté avec patience. Si les avantages d'un tel exercice ne vous semblent pas évidents dès ce moment, je serais porté à croire que votre groupe se situe parmi les exceptions rares qui jouissent d'une organisation si harmonieuse et d'une communication si efficace qu'il n'en a pas besoin. Ou alors, il s'agit d'un cas désespéré.

Si les résultats sont intéressants, vous pourriez songer à faire adopter ce système aux groupes qui vous entourent et qui, d'une façon ou d'une autre, exercent une influence sur votre organisation.

Une fois obtenues les révélations essentielles, délaissez cette méthode pour un certain temps et revenez à une forme normale de communication. Ainsi, vous évitez d'en faire une habitude ou une béquille et, en plus, elle peut devenir plus gênante que libératrice quand tout va bien.

Celui qui accomplit cet exercice avec un esprit ouvert récoltera de précieuses informations tant sur sa propre personne que sur le groupe et la communauté. Le procédé est particulièrement utile quand il est utilisé avec une bonne volonté maximale et avec cette ferme conviction que l'honnêteté, l'harmonie et la bonne entente sont de réels avantages sociaux. Toutes les formes de cynisme, d'ambition personnelle et de pression que les individus essaient d'imposer au groupe seront habituellement démasquées et rejetées.

Cependant, comme toute autre chose, le procédé peut être déformé.

On peut s'en servir comme d'une arme pour étouffer l'opposition, pour défendre des idées préconçues et des intérêts personnels. Mais, avec ce procédé, il est plus difficile de dissimuler ses intérêts personnels qu'avec une note administrative habilement rédigée. Il faut reconnaître aussi que les gens peuvent acquérir une "technique" de présentation devant la caméra. Ils apprennent à se contrôler à l'instar des hommes politiques à la radio ou à la télévision.

Le procédé démystifie les media eux-mêmes; cela est en soit une forme de prise de conscience politique pour le citoyen ordinaire. Les gens prennent aussi confiance en leur capacité de s'exprimer et de s'organiser, ce qui évidemment peut donner naissance à de nouvelles habitudes qui, à leur tour, doivent être considérées objectivement.

Pour illustrer le rôle du film ou du vidéo comme intermédiaire, prenons le cas d'une petite ville déchirée par de très fortes et très anciennes animosités. Bien qu'ayant déjà utilisé le film ou le vidéo dans de telles circonstances, je préfère utiliser ici un exemple fictif. Imaginez deux ennemis de vieille date; leurs différends personnels empêchent toute discussion sur des questions d'ordre communautaire. Chacun d'eux est entouré de partisans ou d'un groupe de personnes qui ont en commun des intérêts sociaux ou économiques. Ainsi, parce que ces deux hommes sont incapables de se parler, les possibilités d'entente et de développement communautaire sont quasi nulles. C'est alors que peuvent intervenir la caméra ou le magnétoscope: si l'un des hommes voit en son adversaire un être raisonnable et modéré, sa réponse dans une discussion ultérieure s'orientera habituellement dans le même sens.

En matière de communication, le ton est extrêmement important. Un bon interviewer peut "suggérer" un ton qui serait juste et modéré par sa manière même de poser la question. C'est différent des interviews télévisées d'affaires publiques qui ont parfois tendance à provoquer chez le sujet des réponses très émotives; ceci ne veut pas dire que la réponse du sujet doit être dépourvue de sentiments, mais il est important d'éviter la colère et l'accusation qui abolissent toute possibilité d'entente ou de conciliation.

En général, les questions qui vont directement au coeur du sujet ne sont pas aussi efficaces qu'une question formulée dans un style plus indirect. Voici un exemple de question maladroite: "Monsieur Tremblay, pourriez-vous nous dire pourquoi l'usine de poisson a été fermée dans cette ville?" La réponse pourrait être la suivante: "L'administration de cette entreprise était corrompue, elle a accordé à certains pêcheurs des privilèges spéciaux et elle s'est retirée ainsi l'appui local." Il arrive même qu'on mentionne des noms dans une telle réponse. C'est inutile; car les gens de la région savent tout cela; en outre certaines personnes seront offensées par cette façon de procéder.

Une bonne question serait formulée comme suit: "Pourriez-vous nous dire, Monsieur Tremblay, quel genre d'industrie de pêche servirait au mieux les intérêts de cette communauté?" Réponse: "Une entreprise coopérative dotée d'une administration très compétente." Cette approche peut paraître terne, mais c'est de cette façon qu'on renforcera l'opinion générale et qu'on saura rallier le personnel de l'ancienne administration. Cela ressemble-t-il à de la manipulation? En fait, ce n'est simplement que du bon sens. Il existe, dans ces communautés, de nombreuses personnes pleines de bon sens qui savent formuler des remarques non-blessantes. S'ils ne le savent pas, on doit le leur apprendre. Ensuite, quand on est parvenu à une certaine harmonie et à un travail de groupe, les questions peuvent devenir plus directes et plus pertinentes.

Ainsi, lorsqu'on présente, avec leur accord, les films des deux ennemis de vieille date à un public, on réalise habituellement que leurs positions sur un problème commun ne sont pas irréconciliables.

Il est possible aussi que la caméra ou le magnétoscope envenime irrémédiablement une situation; ce qui se produit rarement si les animateurs adoptent certaines règles qui ne sont guère plus qu'un savoir-vivre élémentaire.

Première règle: Garantir à l'individu le droit de contrôle sur le contenu de son entrevue. Ce droit encourage le sujet à se détendre, à présenter ses idées avec autant de conviction que possible. Il permet à sa famille et à ses amis de lui faire connaître leurs réactions. Mais surtout, cette règle empêche d'être manipulé ou de se laisser manipuler à son désavantage.

Le groupe ou la communauté doit avoir les mêmes privilèges que l'individu par rapport à son film, notamment les droits de contrôle sur le contenu avant la présentation du film à l'extérieur de la communauté. De cette manière, on ne craint pas de perdre la face devant une communauté plus importante. De plus, ils incitent les gens à être exigeants sur l'image que le film ou le ruban vidéo présentera de leur communauté; ils auront à coeur de présenter leur problème de la façon Ainsy, en demandant aux gens d'aider à trouver le juste équilibre du film, vous les engagez à résoudre un problème réel.

Mais toutes ces exigences impliquent une véritable collaboration entre les membres du groupe. L'animateur-réalisateur doit savoir s'effacer et écouter les commentaires sur son rôle et son travail. Il doit favoriser l'implication, la participation aux activités de production s'il veut obtenir des résultats qui collent à la réalité de la communauté; il n'y a pas d'autre moyen d'y arriver.

Deuxième règle: S'il doit y avoir échange d'informations entre deux personnes, deux groupes, deux communautés ou entre une région et le gouvernement, il faut s'assurer à l'avance qu'il y aura un interlocuteur qui s'engage à répondre. Je vous citerai en exemple un projet de communication que nous avons entrepris dans un pénitencier. Nous nous étions servis du

magnétoscope pour créer des réseaux de communication entre les détenus et les gardiens, entre ceux-ci et la direction. Nous avons aussi établi un réseau entre le pénitencier et le bureau du solliciteur général à Ottawa. Tous les participants savaient qu'ils recevraient des réponses ou des informations venant de l'autre bout du réseau. Ils étaient aussi assurés de leurs droits de contrôle. A mon avis, c'est un point capital trop souvent négligé par la pratique courante en communication.

Information et gouvernement

Certains affirment que l'un des plus graves problèmes de la centralisation du pouvoir réside dans l'immobilisme de la bureaucratie et l'inaccessibilité des centres de décision des gouvernements.

Un gouvernement a besoin d'information. Tout bon politicien développe des antennes sensibles aux attitudes et aux opinions des gens. Le problème de l'opinion reste l'aspect le plus difficile de n'importe quelle politique de développement.

Dans nos sociétés modernes complexes, les attitudes des secteurs à la périphérie de la société politique sont bien différentes de celles des centres de décision. Les faits, peu nombreux à la périphérie, deviennent de plus en plus denses à mesure qu'on s'approche du centre. Les informations statistiques, économiques, sociales ou intellectuelles sont si nombreuses qu'elles doivent être condensées, résumées avant de parvenir aux centres de décision. Trop résumées, elles sont complètement déformées. Le temps dont dispose le centre est très limité et l'espace très réduit; il ne peut donc exister de véritable système de communications à deux sens. De la périphérie au centre, le mouvement est lent et même décroissant. Du centre à la périphérie, le mouvement est instantané.

Ce phénomène ressemble à une conversation téléphonique où un des réseaux peut transmettre le message à une vitesse supérieure à celle de la lumière et l'autre à la vitesse du son. L'un des interlocuteurs entend presque instantanément, tandis que la voix de l'autre met un mois pour parcourir la même distance mais dans la direction opposée.

Je ne vois pas de solution démocratique complète au problème de la communication avec le gouvernement. Il est difficile de croire au sérieux du référendum électronique. Nous devons pourtant essayer d'améliorer la qualité de la communication entre les différents paliers de gouvernements et les citoyens. Je crois qu'une des meilleures façons sera la décentralisation la plus grande des media, ce qui améliorera non seulement la mobilité de l'information, mais aussi l'équilibre des forces et le moral des citoyens.

Réflexion

La communication est essentiellement un dialogue. Il y a dialogue quand on exprime sa pensée, quand on écoute la réponse de l'autre et quand on modifie son

point de vue. C'est un processus émotif autant qu'intellectuel qui demande de la continuité, le respect mutuel, le désir de comprendre et l'espoir d'apprendre. Elle dépend d'un intérêt commun et de la conscience que le changement est continu et que les attitudes humaines ou les systèmes de valeurs sont rarement permanents.

Revenons encore une fois aux relations entre les media et le développement de la conscience personnelle, dans l'espoir que nous trouverons là des indications à des approches plus générales. Que peut-on tirer du visionnement d'un film ou d'un enregistrement magnétoscopique?

D'abord, il y a l'image objective que nous voyons de nous-mêmes, habituellement différente de celle que nous pensions. Quand nous nous regardons dans un miroir, nous voyons une image renversée. Une photographie rétablit la juste position de l'image, mais elle demeure statique. A l'écran cependant, nous nous voyons. Un choc considérable peut se produire si nous avons de fortes illusions sur notre apparence personnelle, comme c'est le cas pour la plupart des gens. Mais une fois passé ce moment, le film peut nous aider à nous regarder avec une plus grande objectivité. Il y a finalement très peu de gens qui sont démoralisés par un tel procédé.

Ensuite, il y a la découverte de sa propre voix. Normalement, nous nous entendons à travers les surfaces et les cavités de résonance de notre tête. Mais les autres entendent quelque chose de bien différent. Voilà un autre choc. Nous pouvons être consternés par notre diction, notre phraséologie, nos hésitations, nos affectations ou notre style. Après ce choc initial, nous commençons à développer une attention critique à la formulation et à l'expression de nos idées.

Il y a ensuite l'image de l'individu au milieu du groupe. Se révèlent alors tous les rôles et les masques que les êtres utilisent les uns face aux autres; une fois surmonté le malaise initial devant la caméra, les gens oublient qu'ils se font filmer et se dévoilent tels qu'ils sont. Chacun peut ainsi devenir son propre critique. Le visionnement du film ou de la bande nous montre non seulement notre relation avec les autres, mais encore les motivations des changements psychologiques qui s'opèrent en nous.

J'ai mentionné plus haut l'effet que le procédé de reproduction pouvait avoir sur les capacités verbales. Si on pouvait visionner la totalité des activités physiques ou verbales d'un groupe, on pourrait alors voir de nouveaux changements se produire à la fois au niveau de l'individu et au niveau du groupe.

Naturellement, il est impossible de tout enregistrer sur un groupe durant une longue période, pour ensuite le présenter sans un long travail de synthèse et de montage. Toutefois, les situations-clé peuvent être enregistrées et reproduites: les individus et tout le groupe peuvent ainsi comprendre leurs motivations et le sens de leur travail en commun.

Je crois que les connaissances ainsi obtenues par un individu ou un groupe peuvent aussi être appliquées à

une communauté. Mais petite et grande communauté sont deux choses.

Avec l'avènement de la télévision par câble, il semble possible de considérer les media comme un miroir de la communauté, c'est-à-dire comme un prolongement des éléments de communication naturelle de la communauté. On a déjà suggéré qu'ils deviendront le lieu d'un vaste forum et qu'ils rempliront les mêmes fonctions auprès d'une grande communauté que l'hôtel de ville dans une petite localité. Ceci ouvre beaucoup d'horizons mais comporte quelques embûches.

Examinons brièvement l'expérience du *Town Talk* de Thunder Bay en 1971; en voici le scénario:

Un ministre du culte, croyant à la télévision comme moyen de développer la conscience communautaire, organisa une émission de cinq minutes par jour diffusée par la station locale. Au cours d'une tribune radio-téléphonique, on invitait le public à dialoguer avec les "panélistes". L'émission devint rapidement populaire. Assisté d'un ex-employé de l'Office national du Film vivant à Thunder Bay et d'un agent de distribution de l'O.N.F., un groupe de personnes de classe moyenne, voyant les avantages d'une telle formule, la transforma en une émission hebdomadaire de trente minutes réalisée surtout en studio. Ce fut un succès. Pourquoi, se dit-on, ne pas élargir l'émission en présentant des enregistrements faits à l'extérieur du studio grâce au magnétoscope portatif? Pourquoi ne pas accroître la durée de l'émission et utiliser la télévision par câble? L'Office national du Film par le biais de son programme *Société Nouvelle*, accepterait-elle de financer l'expérience, former un personnel de soutien et résoudre les problèmes techniques? A Ottawa le comité de *Société Nouvelle* s'intéresse au projet!

L'Office national du Film envoya des représentants à Thunder Bay; ils choisirent certains étudiants de l'université, leur apprirent à se servir du magnétoscope portatif et les formèrent aux techniques du cinéma. Ils firent appel à la participation des groupes locaux et commencèrent la programmation pour la télévision par câble; ils décidèrent qu'un ruban peu coûteux d'un demi pouce pourrait certainement être utilisé avec de bons résultats. La participation régulière de la télévision par câble fut organisée et on put réaliser de bonnes émissions en studio, hors du studio et avec la participation du public par téléphone. Les fonds étaient assurés pour quelque temps.

Les réactions qui parvinrent de Thunder Bay à Ottawa laissaient entendre que l'équipe de *Town Talk* allait trop vite. La ville venait juste de se fusionner; le nouveau conseil municipal comprenait mal les buts de l'expérience. Il fallut s'expliquer. Ottawa et la direction de *Société Nouvelle* firent pression auprès du conseil de Thunder Bay pour la création d'une commission statutaire formée de divers membres de la communauté qui veillerait à régler la programmation de façon juste et équitable. L'équipe de *Town Talk* et le comité de soutien percurent ces innovations comme une charge administrative supplémentaire qui venait s'ajouter au souci de la programmation. La présence de l'équipe à

certaines réunions municipales devint une menace politique. Il y eut des tensions et un manque de communication entre l'équipe technique, le premier comité de soutien de *Town Talk*, qui recevaient des réactions de leurs propres sources d'information locales. L'équipe de *Town Talk* avait la réputation d'être trop radicale. Le système de câble local exigea les émissions trois semaines avant la date de diffusion et elle refusa dorénavant les interventions téléphoniques en direct. Le système déclara que, à l'instar de tous les radiodiffuseurs, il était responsable des émissions présentées: il devait donc avoir l'assurance de pouvoir visionner à l'avance.

On mit fin au projet parce qu'une telle programmation n'est valable que si elle suit de près l'actualité.

J'ai résumé l'expérience de *Town Talk* afin de montrer les difficultés qui peuvent freiner la mise en oeuvre d'une idée intéressante. A l'époque, j'étais extrêmement déçu et nous avions tenté de trouver ce qui avait fait défaut, essayé de voir s'il y avait quelqu'un ou quelque chose à blâmer: l'esprit conservateur des autorités locales, le radicalisme des étudiants, le manque d'organisation du comité de soutien formé de gens d *Société Nouvelle* de la création d'une commission statutaire. Avec un peu de recul, je reconnais que la clé du problème résidait dans le manque d'appui véritable de la part du grand public. L'idée avait eu du succès au début parce que le public était séduit par sa nouveauté. Plusieurs groupes demandèrent à se faire interviewer ou filmer pour des raisons de publicité, mais finalement, la programmation ne s'attira jamais la participation d'un grand nombre de personnes convaincues et engagées.

Pour terminer sur une note d'espoir

Bill Reid, un des réalisateurs de l'Office national du Film, réalisa un jour un enregistrement magnétoscopique d'une discussion avec son frère et ses parents. Le dialogue était tellement intéressant et révéla de si grandes différences d'opinions qu'il décida de faire un film, avec la participation des mêmes personnes, sur le thème des deux générations. Le film a pour titre: "Coming Home".

Pour que le film présente un juste équilibre des différents points de vue, chacun reçut l'assurance d'un droit de contrôle sur le contenu. Les différences d'opinions étaient grandes et la plupart des sujets abordés provoquèrent de très vives réactions. La famille avait depuis longtemps des problèmes de communication. Pendant tout le tournage, Bill ne cessait de se demander s'il avait bien fait d'entreprendre ce film.

On présenta à la famille une première ébauche du film, puis on tourna d'autres scènes. Finalement, on projeta la copie définitive. Les participants affirmèrent que leurs attitudes avaient changé; désormais ils comprenaient mieux et ils appréciaient davantage les opinions des autres.

On s'est demandé si l'exposition publique de sentiments personnels ne serait pas dommageable aux

relations familiales, car dans certains cas, on a constaté que les media ont une influence néfaste sur les familles. Mais le changement considérable des attitudes et des relations de cette famille a repoussé ces craintes.

Les discussions de groupe sur des sujets délicats doivent être menées de la même manière; il faut éviter de diffuser ou de publier le rapport de certaines discussions jusqu'à ce qu'il y ait accord total. Les groupes y consentent en général s'ils ont atteint véritablement leurs objectifs.

Cet exemple d'un documentaire sur les relations familiales est intéressante à plusieurs égards. D'abord conçue pour aider les couches sociales défavorisées, cette technique s'est avérée utile à une famille de classe moyenne qui profite déjà des avantages que procurent l'argent et l'éducation. Elle lui a permis de se connaître et de se comprendre davantage. Ces documents sont ensuite très utiles à d'autres, sans rabaisser ou humilier qui que ce soit.

L'interviewer-réalisateur était à la fois auteur et sujet du film. J'ai remarqué que ses attitudes évoluèrent considérablement au cours du film; du rôle critique qu'il avait adopté envers ses parents, il passait à sa propre auto-critique. Comme dans de nombreux films, l'approche "cinéma vérité" fait passer d'une position détachée et critique à une position socialement engagée, responsable et auto-critique; un tel passage doit inévitablement avoir une influence positive sur les media dans leur ensemble.

Le phénomène est l'un des effets de l'accouplement "tournage-projection": non seulement l'image du monde lui-même se modifie, mais les media, "miroir du monde" sont eux-mêmes modifiés. Espérons qu'ils iront s'améliorant afin qu'ils deviennent de véritables instruments au service d'un monde meilleur.

La création des groupes et l'utilisation des media

Wendy O'Flaherty

Ce document est rédigé à l'intention des groupes (ou des personnes désirant former un groupe) qui veulent utiliser les media pour réaliser leurs objectifs.

Utilité du groupe

Vos chances de succès auprès des media, des agences gouvernementales et des maisons d'affaires seront bien meilleures si, au lieu de travailler seul, vous choisissez d'oeuvrer à l'intérieur d'un groupe. Les hommes politiques, le personnel des media et le grand public accordent plus d'attention à une idée ou à un projet présenté par un groupe, tout simplement parce qu'il implique l'assentiment de plusieurs personnes.

Les efforts des groupes obtiennent généralement de meilleurs résultats que le travail individuel. Souvent, un groupe se constitue parce que ses membres estiment mieux comprendre une question que les soi-disants experts. La planification urbaine offre de nombreux exemples de comités de quartier plus sensibles aux besoins de leur communauté que les planificateurs eux-mêmes.

CREATION D'UN GROUPE

Les gens se regroupent plus facilement autour d'un problème spécifique et immédiat, par exemple les changements de zonage dans un quartier, l'installation de feux de circulation, etc. Si votre projet est vaste ou si vos objectifs sont de nature éducative, il faudra travailler longtemps avant d'établir votre groupe sur des bases durables. Dans ce cas, vous pouvez le constituer à partir d'un problème précis relié directement à votre grand projet.

Dans la formation d'un groupe, l'essentiel est de réunir quelques personnes fiables qui, le cas échéant, accompliront le plus gros de la tâche. Même si l'enthousiasme est grand durant les premières rencontres, la survie de la plupart est d'habitude assurée par le zèle et les efforts de trois ou quatre personnes très militantes.

Les groupes constitués autour d'un problème particulier risquent de l'envisager d'un point de vue trop étroit. C'est un cheminement naturel mais peu souhaitable. Si vos membres ne sont pas suffisamment représentatifs des divers points de vue possible, il faudrait assurer une liaison quelconque avec "l'autre côté" de la médaille. Sans cette mesure de prudence, il vous manquera des informations vitales à votre action. Si votre travail a des implications légales, demandez les conseils d'un ami avocat ou d'un organisme d'aide juridique.

QUE FAUT-IL ESPERER DU TRAVAIL DE GROUPE?

En général, les fondateurs ne prévoient pas l'abandon de certaines personnes en cours de route. Si j'en crois ma propre expérience, le taux des abandons est toujours très élevé et il est souhaitable d'en tenir compte dès le début. Si votre travail a l'air satisfaisant, il ne faudrait pas interpréter ces abandons comme un signe de mauvais fonctionnement du groupe.

Un groupe qui fonctionne bien comprend généralement un noyau de gens très actifs et des membres dont le nombre et le travail sont variables et transitoires, ces derniers l'empêchant de se refermer sur lui-même. Il faut faire de la publicité pour attirer de nouveaux membres et il faut constamment les informer afin qu'ils participent plus efficacement.

Attendez-vous à consacrer beaucoup de temps au travail de groupe. Si on veut éviter qu'un ou deux membres fassent toujours la majeure partie du travail, comme il arrive souvent, il faut désigner des personnes pour des tâches précises et créer des comités qui s'occuperont des projets spécifiques à court terme.

DIRECTION ET PROCEDURE

De nos jours, il est à la mode de ne pas nommer de président et de refuser toute règle de procédure. On pense que les gens participeront alors aux discussions d'une façon plus spontanée et plus équilibrée. Cependant, l'absence d'un président ou d'une procédure établie favorise automatiquement les membres extrovertis et expérimentés, au détriment des timides qui ont du mal à s'exprimer. Il est préférable de nommer un responsable du déroulement des réunions, conformément à des règles de procédure simples.

Les règles de procédure d'une réunion pourraient être les suivantes:

1. Un ordre du jour des sujets à l'étude; il pourra être modifié au début de la séance afin de ne pas limiter la discussion.
2. La discussion traitera d'un seul sujet à la fois.
3. Tous les membres doivent disposer d'un temps raisonnable pour discuter de chaque sujet.
4. Une seule personne parle à la fois; le président désigne l'ordre des intervenants, si nécessaire.
5. Chaque sujet doit être examiné en vue d'une action spécifique; on ne peut discuter sans conclure.

La prise de décision peut se faire soit par un vote de l'assemblée, soit par consensus. Personnellement je préfère le consensus, sauf s'il y a des divergences flagrantes entre les membres, si le temps manque ou si les membres sont très nombreux.

Si vous connaissez mal les règles de procédure des assemblées, assistez à quelques réunions du conseil municipal ou de la commission scolaire et observez les mécanismes de l'étude des sujets à l'ordre du jour. Si aucun des membres de votre groupe n'a l'expérience du monde des affaires, étudiez de près les règles de procédure, surtout si vous désirez négocier avec les gouvernements, les organes judiciaires ou les grandes entreprises. Vos relations avec ces organismes seront ardues si vous comprenez mal leur façon de procéder et si vous n'êtes pas en mesure d'adapter la forme, non le fond, de votre travail à leurs modèles.

DEFINITION DES OBJECTIFS

Les groupes confondent souvent objectifs et "les choses à faire et à ne pas faire". C'est facile de rassembler des gens et de se mettre d'accord sur des actions à faire ou ne pas faire. Si ces opinions ne se traduisent pas en actions précises, peu de choses seront accomplies.

Prenons l'exemple d'un groupe à but éducatif: il pourrait conclure que l'éducation dispensée dans les écoles n'est pas adaptée aux besoins futurs des étudiants. Se proposer de rectifier la situation ne suffit pas. Il faut traduire cette intention en action, avec des buts précis. Par exemple: modifier la législation scolaire afin de permettre aux étudiants de choisir leur école et créer des écoles "parallèles" privées ou à forme coopérative.

Un groupe qui croit que les citoyens devraient participer aux décisions de la municipalité, pourrait concrétiser ce principe en se proposant d'obtenir, du conseil municipal, un budget, du personnel et un mode d'organisation de la participation des citoyens.

Il existe bien sûr des buts plus évidents. Si vous êtes en désaccord avec la municipalité qui abat les arbres de votre rue, votre but immédiat sera de l'arrêter. Il se peut cependant que vous soyez obligé d'envisager une action à plus long terme.

RELATIONS AVEC LES MEDIA

Il faut d'abord savoir que les stations de radio, de télévision et les systèmes de télévision par câble sont des entreprises réglementées qui ont la responsabilité de servir le public. Les journaux ne sont pas réglementés, mais ils sont en général disposés à servir le public—en fait, plus disposés que de nombreuses stations de télévision et de radio. Il est donc légitime de demander aux stations et aux journaux locaux de rendre service à votre groupe. Les stations de radio et de télévision conventionnelles offrent très peu de services au public—si vous êtes chanceux et si votre annonce est bien préparée, vous pourriez obtenir trente secondes pour un message d'intérêt public à un moment que la station n'a pu vendre à un annonceur. Il y a bien sûr des stations qui ont des moyens plus systématiques de traiter les messages d'intérêt public.

Sachez que le C.R.T.C. encourage fortement les systèmes de télévision par câble à réserver un canal à la

programmation communautaire. Un grand nombre de ces systèmes dispose d'un personnel réduit et de l'équipement technique nécessaire à la programmation communautaire. Ils sont généralement à la disposition du public, sans frais.

Les journaux abordent beaucoup plus de sujets que la radio et la télévision; ils sont plus à même de recevoir les articles des groupes communautaires. Les hebdomadaires sont particulièrement intéressés par les nouvelles locales.

MESSAGES D'INTERET PUBLIC ET NOUVELLES

Les messages d'intérêt public concernent uniquement des événements ou des groupes à but non lucratif. La *Croix rouge* et d'autres agences semblables obtiennent habituellement un bon nombre de messages publicitaires gratuits pendant leur campagne de souscription. La plupart des journaux ont des colonnes réservées aux annonces de réunions et autres événements; plusieurs d'entre eux rédigent même de brefs articles sur ces réunions.

Les nouvelles sont d'un ordre tout à fait différent. La radio, la télévision et la presse écrite ont une définition très étroite de l'actualité; examinez avec attention et objectivité votre message afin de déterminer s'il relève de cette catégorie. La plupart du temps, ce n'est pas le cas. Pour qu'on parle de votre nouvelle aux bulletins d'information de la radio et de la télévision ou dans les premières pages des journaux, il faut qu'elle soit sujette à controverse, ou vraiment extraordinaire. Et encore doit-elle être succincte et en rapport direct avec l'actualité quotidienne.

PUBLICITE ET RELATIONS PUBLIQUES

Les annonces publicitaires doivent être payées. Les comptes rendus des relations publiques sont gratuits. Il y a certains avantages à défrayer les coûts d'une annonce: vous êtes sûr que l'information sera communiquée par les media de votre choix et vous avez le contrôle du contenu et de la présentation. Ce n'est guère possible pour les relations publiques: vous donnez vos renseignements puis vous espérez qu'ils seront communiqués.

Les avantages des relations publiques sont de deux types: elles sont gratuites et elle font partie des informations courantes. On leur accorde plus de crédibilité.

Les relations publiques et la publicité se complètent. Leur utilisation simultanée et cohérente se révèle extrêmement efficace. Si votre budget est limité, seul le domaine des relations publiques offre de nombreuses possibilités. A moins de disposer de fonds très importants, mieux vaut éviter la publicité.

Rédigez des messages brefs. Je vous conseille de tester leur intelligibilité auprès des membres de votre association. Il y a des messages plus faciles à communiquer que d'autres; en voici un exemple:

L'Association parents-maîtres tiendra une réunion à 20 heures, jeudi le 9 mars à l'église St-Paul, 240, 151^{ème} Avenue. Le conférencier invité, Louis Dupond, traitera de "La drogue et la loi".

Celui-ci est difficile:

Notre député fédéral, Pierre Lachance, a travaillé dur pour le comté durant ces quatre dernières années; c'est pourquoi il a été souvent retenu loin de ses commettants. Votez Pierre Lachance.

Celui-ci est difficile parce que les gens refusent de le recevoir:

Faites-vous examiner régulièrement dans les centres de dépistage du cancer. Souvenez-vous que, dans la majorité des cas, on peut guérir le cancer s'il est détecté à temps.

La publicité n'est pas nécessaire pour faire passer le premier message, mais le deuxième et le troisième exigent le recours à la technique publicitaire et au talent créateur si on veut leur donner une réelle portée. Et même alors, ils peuvent se révéler inefficaces à cause de leur contenu.

Quelle que soit votre opinion sur le niveau de l'intelligence du public et sur les moyens locaux d'information, l'un et l'autre sentent rapidement les demi-vérités ou les mensonges. Quand ils ont senti votre manque de sincérité, votre effort de publicité se retourne contre vous.

L'honnêteté parfaite peut cependant être difficile. Combien d'organiseurs de campagnes électorales sont prêts à admettre que leur candidat ne s'est pas préoccupé de ses commettants? Combien d'agences de la santé publique sont prêtes à reconnaître que le public a peur de leur travail d'éducation, aussi utile soit-il?

Pourtant vous devrez surmonter ce genre de problème si vous voulez communiquer votre message. Il est inutile d'utiliser la publicité comme on utilisait autrefois le parfum, avant que le bain ne soit devenu une pratique courante. Aucune prouesse de langage ne pourra masquer un demi-mensonge ou rendre intéressant un fait qui ne l'est pas. Au contraire, elle fait généralement du tort à votre groupe et peut nuire à vos relations avec la presse.

Si votre message ressemble à celui sur le cancer, votre but est de toucher le plus vaste auditoire possible; il exige donc la participation des media de masse. Par contre, si votre sujet concerne les tests de dépistage du cancer destinés aux femmes qui ont des revenus modiques, votre auditoire-cible est plus restreint. Si vous avez le nom et l'adresse des gens que vous voulez contacter, vous pouvez les rejoindre par lettre, quoique le coût de nombreux envois postaux puisse vous faire opter pour les services gratuits. Vous pouvez aussi utiliser les deux moyens afin d'obtenir un impact encore plus important.

Il est peut-être possible de rassembler votre auditoire-cible dans un centre communautaire où vous pourrez lui communiquer votre message au moyen d'un exposé,

d'une projection de diapositives ou du visionnement d'un ruban magnétoscopique. Les réunions sont un moyen tout indiqué pour un groupe de voisins qui veulent interrompre l'abattage des arbres dans leur quartier.

Comment toucher votre auditoire

Si vous vous proposez d'atteindre un très vaste public, vous obtiendrez de meilleurs résultats en utilisant tous les media disponibles.

Si vous vous adressez à un auditoire spécifique et non à un public vaste et varié, choisissez les moyens d'information les plus susceptibles de l'atteindre. Utilisez le medium préféré de votre auditoire-cible. Je me souviens d'une série de concerts pour adolescents organisés dans le but de les intéresser à la musique classique. Les concerts furent annoncés dans le journal local et par les professeurs de musique dans les écoles. Comme il fallait s'y attendre, le résultat fut bien piteux. On aurait dû confier la publicité à la station locale de musique rock.

Il faut dactylographier tous les textes à double interligne. Un bon texte est court et rédigé dans une langue claire et simple. Tout ce que vous envoyez aux media devrait mentionner la date, le nom et l'adresse de votre groupe, de même que le nom et le numéro de téléphone d'une personne facile à rejoindre. Le document devrait s'intituler "communiqué de presse" ou "message d'intérêt public".

En général, les messages d'intérêt public pour la radio et la télévision devraient durer trente secondes, pas plus. Les communiqués de presse ne devraient pas dépasser une page, une page et demie au plus.

Quand vous faites parvenir votre message, établissez un contact avec les directeurs des services des nouvelles (pour les informations d'actualité) et les responsables des services de routage (pour les messages d'intérêt public) des stations de radio et de télévision, de même qu'avec les rédacteurs en chef, les chroniqueurs et les journalistes sympathiques à votre cause. Maintenez de bonnes relations en restant en contact avec eux et en surveillant de près la qualité de votre information. Confiez à une seule personne la responsabilité de ce travail.

TELEVISION PAR CÂBLE

Le canal communautaire des systèmes de télévision par câble vous permet d'expérimenter une forme toute spéciale de communication. Mais l'auditoire des émissions du canal communautaire est petit; par conséquent, si votre message n'est diffusé qu'une fois et s'il s'adresse à un large public, il vaut mieux choisir un autre medium. Par contre, si le message concerne un projet à long terme et s'adresse à un groupe bien défini, le câble peut être un excellent medium surtout s'il est utilisé de concert avec d'autres moyens de communication.

Le canal communautaire des systèmes de câble offre les avantages suivants: vous pouvez obtenir un temps de diffusion considérable—une émission entière ou une série d'émission; vous avez le contrôle presque total sur le contenu de l'émission; vous pouvez l'orienter vers le public de votre choix sans avoir à vous soucier des vastes auditoires qui préoccupent tant les médias conventionnels.

Même si les systèmes de câble n'ont pas tous la même politique, même s'ils ont des attitudes différentes sur la participation, ils offrent des possibilités qu'on ne trouve nulle part ailleurs: temps de diffusion considérable, personnel, etc. Il ne vous en coûtera rien pour produire des émissions au canal communautaire. La plupart des systèmes vous laisseront entière liberté dans le cadre de votre émission. Quelques-uns vous enseigneront le fonctionnement des appareils et vous feront participer activement à la production. Certains groupes donnent une formation technique à quelques-uns de leurs membres, de façon à être totalement responsable de la production de leurs propres émissions.

COMMUNICATION AVEC LES SYSTEMES DE CABLE

La seule façon de vous renseigner sur les systèmes de câble de votre région, c'est de leur téléphoner puis de leur rendre visite. On parle beaucoup des difficultés d'accès au canal communautaire et une certaine élite de la contre-culture critique ouvertement les systèmes. C'est regrettable. Mais il reste que certains systèmes ne répondent pas toujours à nos attentes et qu'ils ne sont pas très motivés envers la production d'émissions communautaires. Normalement, ce n'est pas le cas du personnel de la programmation. De toutes façons, les confrontations sur "l'accessibilité" constituent un faux problème et elles n'ont jamais aidé personne à utiliser ce moyen de communication.

Si vous présentez des demandes raisonnables et respectez leurs conditions de travail, les systèmes de câble vous accorderont probablement du temps de diffusion. Vous aurez peut-être à attendre votre tour, mais vous obtiendrez sans doute ce que vous désirez. Finalement, c'est assez simple: ou bien vous avez envie de provoquer un conflit, ou bien vous voulez accomplir le travail que vous vous êtes fixé.

Téléphonez au directeur de la programmation, parlez-lui de votre groupe et demandez-lui s'il est possible de produire une émission. Prenez rendez-vous avec lui et, quand vous le verrez, montrez-lui un plan général de l'émission ou de la série d'émissions que vous voulez réaliser.

Votre plan peut être très simple et sa rédaction ne requiert pas de compétence particulière. Il devrait contenir

- (1) un énoncé du sujet, idée, message, expérience artistique ou événement qui fera l'objet de votre émission.
- (2) une explication de son traitement visuel
- (3) quelques informations de base pour la production (voir ci-dessous).

Nous pensons généralement en termes de messages écrits ou parlés et trop souvent les émissions communautaires ne montrent que des images statiques de gens qui débitent leur message. Mais la télévision est un moyen de communication par l'image et l'utilisation de matériel visuel améliorera considérablement votre émission.

Vous pouvez insérer dans votre présentation des démonstrations en studio ou des enregistrements magnétoscopiques pris sur le vif. De nombreuses entreprises de câble disposent de magnétoscopes portatifs, appelés aussi portapak, que vous pouvez utiliser et dont le fonctionnement est facile à comprendre. Si celles de votre région n'en possèdent pas, vous pouvez peut-être en emprunter d'un organisme local ou d'une institution scolaire. Certaines entreprises ont aussi un équipement portatif plus sophistiqué qui permet d'enregistrer des réunions ou des rencontres sportives.

Lors de votre entrevue avec le directeur de la programmation, il faudrait lui demander s'il est possible de se servir de diapositives et d'appareils magnétoscopiques portatifs et s'il peut vous prêter l'équipement nécessaire.

Les renseignements touchant la production sont absolument nécessaires à l'entreprise de câble. Par exemple, le nombre de personnes présentes à l'émission et la façon dont elles seront disposées dans le studio. On a besoin de savoir si vous avez l'intention de montrer des diapositives, des graphiques, des cartes, etc. Il faudrait discuter du titre de l'émission. Certaines entreprises le dessineront pour vous; d'autres exigeront que vous apportiez votre propre graphique du titre. Certains groupes préfèrent s'en charger eux-mêmes.

La présentation d'émissions, en direct ou en différé, de l'extérieur des studios présente plus de difficultés et requiert plus de temps qu'une production en studio. Dans ce cas, il faut donner les mêmes renseignements que ci-dessus; de plus, il faut:

- (1) s'assurer qu'il est permis d'enregistrer à l'endroit choisi.
- (2) fournir l'adresse précise et indiquer clairement comment s'y rendre.
- (3) visiter d'abord l'endroit et décider si l'éclairage naturel est suffisant ou s'il faudra un éclairage supplémentaire.
- (4) voir si des prises de courant suffisantes sont disponibles.
- (5) être en mesure d'offrir l'aide de quelques personnes pour charger et décharger l'équipement.
- (6) vous renseigner sur la façon d'accéder à l'immeuble, surtout si vous devez enregistrer après les heures d'affaires.

CE QUE L'ENTREPRISE DE CABLE ATTEND DE VOUS

Le personnel de l'entreprise demande que vous arriviez bien avant l'heure de l'enregistrement ou de la diffusion, que vous leur communiquiez à l'avance tout problème ou modification à l'émission, que vous soyez

relativement bien organisé, que vous ne brisiez pas l'équipement que vous avez emprunté et que vous le remettiez à temps. On vous sera reconnaissant aussi de ne pas porter de vêtement blanc à l'écran car les caméras de télévision réagissent mal au haut indice de réflexion du blanc.

On ne s'attend pas à ce que vous soyez un professionnel, ni que vous ayez une compétence particulière dans le domaine de la télévision. Il se peut que le personnel soit prêt à vous enseigner quelques techniques, à condition bien sûr que vous ayez manifesté quelque intérêt et qu'il en ait le temps.

CE QUE VOUS POUVEZ ATTENDRE DE L'ENTREPRISE DE CÂBLE

Le budget de la programmation dans une entreprise de câble est restreint. Les coûts de production d'un seul épisode de "Bonanza" équivalent au budget annuel de programmation de deux ou trois grandes entreprises de câble aux reins solides. Les employés sont souvent peu nombreux et leur formation et leur expérience sont parfois assez limitées. La plupart des systèmes comptent sur l'aide de cameramen bénévoles et de d'autres volontaires. Ils vous demanderont peut-être des volontaires qui auront alors l'occasion de tenter une expérience intéressante.

J'ai remarqué que le salaire du personnel de production des systèmes de câble est nettement inférieur à celui des ouvriers qui installent les câbles. Il y a aussi un très grand roulement au sein du personnel de production.

Les employés ont de longues journées de travail. Ajoutez à cela les volontaires et les gens comme vous qui vont et viennent: vous arrivez à des situations qui varient de la panique passagère au perpétuel chaos. Plus un système ouvre ses portes à la participation, plus son travail se désorganise. S'il tient à l'efficacité, il devrait, en principe, réduire le plus possible la participation du public.

Dans ce contexte de participation, on se plaint souvent de rubans effacés ou perdus. Si vous réalisez des émissions régulières et que vous désirez conserver vos enregistrements pour une journée ou deux, demandez la permission de réserver le ruban (ils sont d'ordinaire numérotés) et de l'emporter chez vous. Si oui—ce devrait être le cas si vous avez travaillé sérieusement à l'élaboration de votre émission—il ne tiendra qu'à vous de conserver le ruban en bon état.

Ce conseil vaut aussi pour les graphiques et les diapositives que vous utilisez régulièrement au cours de votre émission. Ne les laissez pas aux bureaux de l'entreprise sauf si elle est bien organisée, si elle a un personnel suffisant et surtout un lieu sûr de rangement.

Il faut s'attendre à quelques ennuis techniques. L'équipement de télévision est compliqué et les systèmes de câble utilisent généralement les modèles les moins coûteux, soit parce qu'ils ne peuvent s'en payer d'autres, soit parce qu'ils préfèrent les moins dispendieux qui sont légers et se prêtent à des usages variés. Les

pannes sont donc assez fréquentes. Certaines entreprises emploient un technicien spécialisé dans l'entretien et la réparation du matériel; mais dans la plupart des cas, elles font appel à un ouvrier des services d'installation de câbles ou bien aux services de réparation des fabricants d'appareils qui ne sont pas toujours disponibles.

Le matériel utilisé pour faire des enregistrements à l'extérieur est particulièrement susceptible de tomber en panne. Ceci arrive surtout aux magnétoscopes portatifs, car ils sont confiés à des gens non entraînés et parfois négligents.

Avant d'utiliser un magnétoscope portatif ou de faire un enregistrement à l'extérieur du studio, ayez la précaution de faire un court essai, de le visionner et de vérifier la qualité du son et de l'image. Vous ferez ensuite votre travail en toute tranquillité. S'il y a des défauts de son ou d'image, attendez que l'appareil soit réparé avant de procéder à l'enregistrement, car on ne peut guère en améliorer la qualité une fois terminé.

Comment présenter votre émission

Beaucoup de gens ont envie de réaliser des émissions au câble, mais craignent de ne pas être à la hauteur de la tâche. A mon avis, c'est qu'on a réussi à faire croire que seul le travail des techniciens spécialisés est valable. C'est faux. On commence d'ailleurs à apprécier des valeurs toutes simples comme les sentiments, le savoir profane, les produits de l'artisanat et tout ce que nous inventons et fabriquons nous-mêmes.

Les media permettent justement de préparer nos propres messages. Voilà où réside la nouveauté, car peu de gens ont l'habitude de réaliser leurs propres émissions télévisées ou de regarder le canal communautaire. Vos émissions seront sans doute différentes de celles des media conventionnels; elles traiteront de questions plus directement liées à la vie de chaque citoyen: sujets locaux, vie artistique et culturelle locale. Bref, de ces préoccupations, de ces joies, de ces espoirs qui remplissent notre vie quotidienne. Du moins, j'espère qu'il en sera ainsi.

Les media conventionnels, dirigés par des professionnels, présentent leurs émissions comme s'il s'agissait de perles de sagesse venues d'un endroit mystérieux. Vos émissions n'auront rien de commun avec elles. Elles auront peut-être un petit air amateur, mais ce n'est pas nécessairement une faiblesse car elles peuvent être plus enrichissantes que les séries policières américaines, ou amener davantage de solutions aux problèmes locaux qu'un reportage au réseau national. Les émissions d'amateurs sont valables. Elles sont simples et sans prétention, deux qualités souvent absentes chez les professionnels.

Comment intéresser l'auditoire à votre émission

Bien sûr, il ne faut pas croire que vos émissions auront nécessairement un auditoire important. D'habitude, le

public des canaux communautaires est très restreint. La grande variété et la qualité inégale des émissions ne semblent pas leur attirer un auditoire régulier.

Si vous avez réalisé une émission intéressante, vous accrocherez un certain nombre de personnes tournant le synthonisateur à la recherche d'une émission valable au moment où vous passez en ondes. Plus rarement, un invité très spécial retiendra l'attention de nombreux spectateurs. J'ai moi-même travaillé à un canal communautaire où deux de nos émissions tribune téléphonique ont littéralement bloqué la centrale de la compagnie de téléphone. C'est dire à quel point notre auditoire était vaste.

La publicité de votre émission est un élément essentiel à la programmation du câble. Choisissez un titre décrivant très bien l'objet de votre émission de sorte que, si l'horaire paraît dans les journaux, les personnes intéressées apprennent l'existence de votre émission.

Il faudra probablement vous lancer dans la promotion de votre émission si vous désirez élargir votre auditoire. Vous pouvez, par exemple, donner à l'entreprise de câble une série de renseignements sur votre émission et demander qu'elle fasse l'objet d'un communiqué. Vous pouvez aussi rédiger vous-même votre communiqué de presse et essayer de le faire passer dans les journaux. Il est bon d'envoyer aussi des exemplaires de ce communiqué aux clubs, agences et institutions susceptibles d'être intéressés par votre émission. Vous pouvez aussi demander qu'on annonce la date de l'émission dans les réunions de clubs et d'associations, de même que dans leurs bulletins périodiques. L'entreprise de câble peut aussi passer des annonces sur votre émission, soit sur le canal communautaire, soit sur le canal de mise en ondes automatique (heure et météo).

Les conseils communautaires

Mario Santerre

Le développement de la télévision communautaire s'associe de plus en plus au Québec à des regroupements d'individus sensibilisés à l'existence du canal local. L'action de ces personnes et le type de structuration des groupes varient beaucoup d'un endroit à un autre, cependant, les objectifs premiers s'apparentent dans la plupart des régions. Chacun de ces regroupements s'est donné le nom de conseil communautaire.

Le premier vit le jour au Lac St-Jean. La *Télévision communautaire St-Félicien Inc.* devint rapidement un point de référence pour les groupes communautaires utilisant la télévision par câble.

Quelque temps après, un groupe de citoyens de Sherbrooke a développé une formule similaire tandis que le responsable de la télévision communautaire de Québec et des citoyens sensibilisés à l'existence du canal communautaire ont développé un nouveau type de regroupement appelé assemblée communautaire.

Il faut noter que le concept de conseil communautaire n'est pas perçu partout d'une façon identique. Pour beaucoup, il se résume à une entente de principe entre les propriétaires et les intéressés. Ces ententes concernent principalement l'utilisation d'équipement et de locaux. D'autres font mention de la propriété des émissions et de la responsabilité du contenu des programmes.

Comment se concrétisent ces ententes? Elles prennent parfois la forme d'un contrat dûment signé entre les parties, ou s'effectuent oralement sans autre garantie que l'action quotidienne des responsables de la télévision communautaire. Certains groupes vont plus loin et font une demande d'incorporation, afin de donner une existence légale à leur association.

Ces variations de formes reflètent deux dimensions fort importantes de la télévision communautaire telle que vécue au Québec. La première concerne l'inégalité d'implantation des conseils communautaires. Certains endroits sont à leurs premières armes en télévision communautaire, les regroupements sont informels puis structurés au fur et à mesure des problèmes rencontrés.

L'autre dimension, la plus importante à plusieurs égards, concerne les disparités régionales. La situation n'est évidemment pas la même dans un endroit où il y a plus de cent mille abonnés et un autre où le nombre d'abonnés n'excède pas quinze mille. En outre, deux endroits différents ayant un nombre d'abonnés d'un même ordre (1,000 par exemple), ne s'occupent pas de la télévision communautaire de la même façon (St-Raymond de Portneuf et St-Pascal de Kamouraska par exemple). La télévision communautaire, épousant souvent les particularités du milieu dans lequel elle s'insère, rend toute tentative de comparaison difficile.

Malgré la courte existence des conseils controversés et/ou de grands espoirs selon les difficultés. Les lignes suivantes relatent les débuts et le développement des conseils communautaires de certaines localités du Québec.

St-Félicien

Le premier comité de la télévision communautaire (quinze personnes) s'est formé le 29 novembre 1970, lors d'une rencontre de tous les organismes de St-Félicien. Un groupe d'environ quatre-vingt citoyens représentant cinquante organismes ont constitué un comité provisoire, car le 5 avril 1971, le gouvernement provincial accède à leur demande en octroyant des lettres patentes créant la corporation *La télév Un an plus tard, une convention d'entente entre l'entreprise de câble et la nouvelle corporation est signée à St-Félicien.*

Depuis juin 1971, la télévision communautaire fut pour St-Félicien un agent économique considérable. Plusieurs projets ont été patronnés par la télévision communautaire.

Les objectifs de la télévision communautaire St-Félicien Inc. peuvent se résumer comme ceci:

1. Développer le sens de la participation et amener les différentes générations à travailler ensemble et à se comprendre davantage.
2. Permettre la communication entre tous les éléments et ainsi favoriser le développement moral, intellectuel, social, éducatif et économique.
3. Organiser et gérer une entreprise de télévision communautaire.
4. A ces fins, produire des émissions de télévision et mettre à la disposition de tous les membres ce moyen d'expression et de communication qu'est la télévision communautaire.

L'organisme s'est constitué en différents comités, dont le principal est sans doute celui de la programmation. En voici les principales caractéristiques:

Le comité de programmation est composé des responsables des secteurs d'activités de la communauté.

Le comité a aussi comme membres un conseiller légal et un représentant de l'équipe de production. Le nombre de membres dans ce comité est de six à dix personnes.

Le comité de programmation définit les domaines à être traités par la T.V.C. Il cherche, reçoit, étudie et retient des sujets d'émissions.

Il définit des priorités. Il est à l'écoute du milieu où il puise et cerne le contenu de la télévision communautaire.

Ce n'est donc pas un comité de direction, mais le lieu qui facilite le fonctionnement harmonieux et efficace des opérations de la télévision communautaire.

Le comité de programmation doit, par chacun de ses membres, animer une structure de participation au niveau de tous les secteurs d'activités de la communauté.

Le comité de programmation a pour responsabilité de prendre régulièrement le pouls des citoyens ainsi que leurs réactions vis-à-vis du contenu et de la forme des émissions. Il analyse ces réactions et selon leur nature, il invente des modes de participation en conséquence.

L'entreprise de câble met un canal à la disposition du conseil communautaire.

Le conseil communautaire s'engage à souscrire une assurance responsabilité relativement à des réclamations ou à des poursuites judiciaires pouvant être prises directement, conjointement et solidairement à la suite de libelles diffamatoires, blasphématoires ou séditeux.

Le conseil communautaire s'engage vis-à-vis l'entreprise de câble à faire tout son possible afin de maintenir sa neutralité commerciale et politique, c'est-à-dire que le conseil communautaire agira de façon à ce qu'aucune propagande ne soit diffusée au cours de ses émissions; lorsque le conseil communautaire pourra prévoir qu'au cours d'une émission à venir une telle propagande puisse se faire, elle la diffusera après consultation au préalable avec l'entreprise de câble.

La population de St-Félicien porte un grand intérêt à la télévision communautaire et la soutient de son aide financière. La plupart des organismes du secteur participent aussi au financement. C'est ainsi que le Conseil municipal de la Ville de St-Félicien a donné \$2,800 et le Conseil de la paroisse \$800. L'apport total de la population est de l'ordre de \$10,000.

Sept cent citoyens de St-Félicien se sont procurés une carte de membre de la télévision communautaire. La majorité des organismes locaux a contribué à la télévision communautaire comme membre honoraire. Le détenteur d'une carte de membre peut assister à l'assemblée générale annuelle et participer aux votes. Il ressort d'un sondage effectué auprès de la population que 89% des citoyens désirent la continuité de la télévision communautaire dans sa structure actuelle.

Sherbrooke

En février 1972, La *Ligue pour le Développement social* s'intéresse à la télévision communautaire. Elle décide de prêter un animateur pour articuler la télévision communautaire à Sherbrooke. A ce moment, *National Cablevision Ltée* faisait part de sa volonté de mettre en opération le canal de programmation locale.

Le 1er mars 1972, on rassemble à une réunion d'information une trentaine d'organismes qui s'intéressent à la télévision communautaire. Lors de cette rencontre, l'assemblée décide de former un comité provisoire pour définir la T.V.C. à Sherbrooke. Le comité prend le nom d'organisme co on le connaîtra plus tard sous le nom de *Inter-Media*.

En mars 1972, une réunion d'information est convoquée par l'organisme communautaire. Cette assemblée réunissait une quarantaine de personnes représentant vingt groupes populaires et associations de Sherbrooke. Suite à cette rencontre, un exécutif provisoire de dix membres est mis sur pied avec le mandat de sensibiliser la communauté sherbrookoise à la T.V.C. et de convoquer une assemblée générale de tous ceux qui sont intéressés à participer à la télévision communautaire.

Ce comité produit un mémoire défini finalement présente leur conception de la télévision communautaire à *National Cablevision*. Le mémoire définit entre autre le rôle anticipé de chacun.

Entre temps, quatre comités de travail ont été formés dans des buts précis:

1) *Production et programmation*: entrer en communication avec les groupes et les organismes qui veulent produire des émissions et les aider à préciser ce qu'ils veulent faire; dégager un modèle de programmation communautaire et des critères de sélection d'émissions.

2) *Ecoute et participation*: détecter les besoins d'émissions et mettre sur pied des outils d'évaluation périodique des émissions avec la collaboration d'universitaires. Sensibiliser le milieu sherbrookoise à l'existence de la T.V.C.

3) *Technique*: initier les intéressés au maniement des appareils, leur fournir un soutien technique dans la production de leur vidéo. Mettre en commun les ressources humaines et techniques en vue de produire le plus grand nombre d'émissions possible.

4) *Organisation*: s'occuper de l'incorporation et du financement, voir aux possibilités d'utilisation des ressources du milieu, rédiger une charte, présenter une structure pour le financement et chercher des modalités d'autofinancement.

Lors de rencontres avec les dirigeants de *National Cablevision* à Sherbrooke, le groupe *Inter-Media* a revendiqué le contrôle de la programmation du canal local. *National Cablevision* et *Inter-Media* d'un commun accord, en vinrent à une solution de compromis visant à former, sur une base expérimentale, un comité consultatif de programmation. *National Cablevision* a donc convoqué en assemblée générale tous les organismes de Sherbrooke intéressés au développement de la télévision communautaire. Une quarantaine d'organismes répondirent à l'appel. Ceux-ci élirent un comité de sept personnes représentant sept secteurs d'activités: social, religieux, économique, loisir, travail,

éducation et groupes populaires. Ce comité devait faire équipe avec l'équipe de *National Cablevision Ltée*.

Le comité consultatif de programmation

- Être le porte-parole des groupes et des individus auprès de *National Cablevision*.
- Favoriser la production d'émissions.
- Établir des priorités et des critères pour l'acceptation des projets d'émissions.
- Établir un horaire qui corresponde à ces priorités.
- S'assurer que des enquêtes sérieuses soient continuellement faites auprès du public afin de vérifier l'intérêt porté par les sherbrookoises aux émissions présentées.

Au cours de l'année 1973, le comité consultatif de programmation a tenu vingt-trois réunions et produit deux cents heures d'émissions (160 heures d'émissions communautaires et 40 heures d'émissions locales).

Québec

En octobre 1972, le responsable de la programmation locale de *Télé-Cable de Québec Inc.* a exprimé son désir de voir naître un conseil communautaire à Québec. Selon lui, il ne s'agissait pas de mettre sur pied un organisme fortement structuré qui aspire à un très haut degré de représentativité de la population de Québec. Une telle attitude serait utopique dans une grande ville où il existe une multitude de groupes ayant des intérêts différents. Au lieu d'un conseil, on a préféré employer le vocable assemblée communautaire parce qu'il dénote plus de souplesse et de spontanéité dans la conception d'une programmation communautaire.

Le statut de l'assemblée communautaire fut pensé dans une telle optique. C'est ainsi que deux règles fondamentales ont été élaborées concernant l'appartenance à l'assemblée:

- 1 – Est membre de l'assemblée communautaire tout individu, groupe, ou association participant ou désirant participer aux activités de la télévision communautaire.
- 2 – Les membres sont égaux, et participent à part entière, sans égard à leur titre ou à leur niveau de représentativité.

À la base de l'assemblée communautaire se trouve donc un groupe d'individus intéressés au développement de la T.V.C. qui, à titre égal, s'expriment et prennent des décisions collectives sur l'orientation de la programmation communautaire. Le groupe tient une réunion mensuelle.

L'assemblée communautaire s'est donnée quatre comités nécessaires à son bon fonctionnement:

- 1 – *comité de structuration* (provisoire): il étudie puis propose les diverses constitutions juridiques possibles pour une assemblée communautaire;

2 – *comité de programmation*: il définit les objectifs de la programmation, les critères de qualité et de contenu, coordonne la production et la diffusion des émissions;

3 – *comité de production*: il voit à la formation permanente d'individus capables d'assurer la production d'émissions de télévision;

4 – *comité de publicité*: il voit à faire connaître la télévision communautaire, à promouvoir les buts et à recruter les participants.

Jusqu'à ce que le comité de structuration ait proposé une structure officielle pour l'assemblée communautaire, un exécutif provisoire formé de responsables de comités voit à la bonne marche de la télévision communautaire. Faisant suite à une série de réunions et de discussions sur la structure de l'assemblée communautaire, ses membres ont décidé de lui donner l'orientation suivante:

– Le doter d'un président permanent, recruté de préférence dans les groupes populaires, qui en accord avec le directeur des programmes, verra à la bonne marche de la télévision communautaire.

– Entreprendre l'incorporation de l'assemblée communautaire selon la troisième partie de la *Loi des compagnies* du Québec (organisme à but non-lucratif).

St-Pascal de Kamouraska

Cette petite municipalité s'apparente à St-Félicien pour ce qui a trait à la taille de l'entreprise de télévision par câble, mais à maints égards le développement du conseil communautaire a été original.

Le *Centre Social St-Pascal Inc.* voulait mettre sur pied une expérience de programmation communautaire dont le but principal était d'informer la population sur l'existence et le potentiel de la T.V.C. Pour ce faire, le *Centre Social St-Pascal* a signé deux ententes: l'une, à la fin de l'année 1971, avec l'entreprise de câble de St-Pascal et l'autre en janvier 1972 avec la *Commission scolaire de St-Pascal*.

L'entente intervenue entre l'entreprise de câble de St-Pascal et le *Centre Social St-Pascal Inc.* prévoit ce qui suit:

– Utilisation du système de câble existant à St-Pascal pour la diffusion d'émissions.

– Location (\$1/an) de certains équipements mis à la disposition des initiateurs du projet.

– Engagement de l'entreprise de câble à installer les raccordements nécessaires du studio à son site d'antenne et voir aux réparations nécessaires.

– Au terme de l'entente, le *Centre Social St-Pascal Inc.* est entièrement et exclusivement propriétaire et responsable des contenus diffusés sur le canal qui lui est réservé. Cet organisme maintient les assurances qui lui incombent sur le matériel loué.

– Le *Centre Social St-Pascal Inc.*, par l'entremise de son comité de la cablodiffusion, assume l'opération et la programmation selon ses objectifs et ses possibilités.

Entente avec la Commission scolaire de St-Pascal:

– Location d'un local pour \$1 dans une des écoles de St-Pascal, à la condition que Le *Centre Social St-Pascal Inc.* s'engage à:

1. maintenir les assurances responsabilités qui lui incombent;
2. utiliser le local dans les règles normales de la propriété, de la tranquillité et de l'ordre;
3. dégager la Commission scolaire de toute responsabilité concernant le matériel utilisé aux fins du projet;
4. utiliser le local selon la réglementation établie par la commission scolaire.

Ces deux ententes ont donné le cadre de la télévision communautaire de St-Pascal.

La présentation des principaux événements qui ont marqué la naissance et le développement des conseils communautaires dans différents endroits du Québec impose une première constatation. Il s'agit de la grande diversité des expériences dans toute rencontrés en cours de développement, forme des conseils communautaires, fonctions, etc.)

Une telle situation rend les efforts de systématisation beaucoup plus difficile, il est vrai, mais nous croyons possible de dresser une évaluation-synthèse de la courte existence des conseils communautaires.

La naissance des conseils communautaires constitue à plusieurs égards l'un des éléments les plus importants pour comprendre leur rôle. Les individus qui sont à la base de leur création et le type de rencontres (formelles et informelles) qui ont présidé à leur naissance sont autant d'indicateurs précieux sur le rôle qu'ils seront appelés à jouer dans leur communauté respective.

Il est intéressant de noter que l'initiative de mettre sur pied un conseil communautaire émane dans trois des quatre endroits visités, d'organismes déjà existants: *Conseil économique à St-Félicien, Ligue pour le Développement social à Sherbrooke, Centre social à St-Pascal*. Ces organismes dont le but principal est de voir au développement de leur milieu ont très tôt saisi les potentialités de la télévision par câble. C'est pourquoi ils ont mandaté un ou plusieurs de leurs membres pour hâter l'avènement d'une programmation communautaire. Il s'agissait, dans un premier temps, de sensibiliser les groupes et les organismes de la région à l'existence d'un canal communautaire, puis d'informer la population du rôle qu'elle serait appelée à jouer.

C'est donc dire que la télévision communautaire n'a pas été parachutée dans ces milieux sans que la population et les groupes existants soient déjà informés. Au contraire, un travail de sensibilisation a été

fait avant même que le canal communautaire ne soit en opération. Dans le cas de Sherbrooke par exemple un certain nombre d'individus se sont interrogés sur ce que devait être la programmation communautaire un an avant l'ouverture du canal local.

Dans le cas de Québec, l'avènement de la télévision communautaire n'a pas suscité autant de réactions chez les groupes existants ou dans la population en général. Le travail de définition de la programmation communautaire et de sensibilisation des gens sur le rôle de la télévision communautaire a été fait par le personnel de la compagnie *Télé-Cable de Québec Inc.* affecté au canal local. Une telle situation est directement liée à l'importance de la population et aux phénomènes connexes qui réduisent la participation aux activités de tout ordre. Ce problème est encore plus grave dans les grands centres métropolitains comme Montréal, Toronto, Vancouver.

Les toutes premières marques d'intérêt pour le développement de la télévision communautaire proviennent surtout de l'extérieur du système de télévision par câble; mais il existe des cas où les premiers efforts ont été déployés de l'intérieur par le personnel affecté au canal local et parfois même par le propriétaire dans de toutes petites localités (St-Pascal de Kamouraska, St-Raymond de Portneuf). Il est donc difficile de répondre avec précision à la question: Qui est à l'origine de la création des conseils communautaires?

Il est cependant plus facile de cerner les raisons qui ont milité en faveur de la mise sur pied des conseils communautaires. En effet, on pourrait toujours se demander comment il se fait que la première opération effectuée par les personnes désirant développer le canal communautaire fut de convoquer une assemblée générale qui, dans la plupart des cas, a donné naissance à un organisme provisoire de coordination qui est devenu par la suite le conseil communautaire. Étaient présents à ces assemblées générales, la plupart des organismes de la région et des citoyens intéressés à titre personnel au développement de la télévision communautaire. Ces participants ont élu démocratiquement un comité chargé d'articuler une programmation communautaire. Dans le cas de St-Félicien, la collaboration du propriétaire du système de télévision par câble était déjà assurée, tandis qu'à Sherbrooke aucune contact officiel n'avait été pris à ce moment-là avec *National Cablevision*. Dans les deux cas, les premières assemblées générales ont réuni un grand nombre de personnes, ce qui démontre l'intérêt marqué que suscitait l'avènement de la télévision communautaire.

Ces regroupements, qui sont devenus de plus en plus structurés après quelques rencontres, témoignent d'une double volonté chez les initiateurs. Premièrement, il semble que la mise sur pied des conseils communautaires avait pour but de démocratiser l'accès au canal local, d'abord en faisant connaître le plus possible l'existence et la nature de celui-ci, puis en sollicitant la participation du plus grand nombre possible d'individus ou de groupes. Deuxièmement, ce désir de démocratisation a été associé à une volonté toute

aussi forte de donner dès le départ une bonne orientation à la télévision communautaire.

La nécessité de ces réflexions a été ressentie avec d'autant plus d'acuité que les initiateurs semblaient bien conscients des difficultés que connaîtraient les débuts de la télévision communautaire. Il nous semble donc qu'une autre des raisons fondamentales qui a présidé à la création de conseils communautaires fut la perception à priori des problèmes liés au développement de la télévision communautaire. En se dotant d'une structure minimale puis en se regroupant, les individus ou les groupes intéressés à la programmation communautaire accroissaient leurs capacités de réaliser des émissions tout en se mettant d'avantage à l'abri des critiques sur la nature des émissions. Ces remarques sont valables pour les quatre endroits visités même si des différences notables ont été relevées entre les conseils communautaires de chacun de ces endroits.

S'il était possible de cataloguer les formules existantes, nous dirions qu'elles se situent entre deux pôles dichotomiques distincts. D'une part, certains conseils communautaires tendent vers un haut degré de structuration, mettant des individus et des organismes dans une super-structure où les personnes responsables sont nommées par délégation officielle; la participation est assurée d'une façon pyramidale avec divers niveaux de représentativité. Cette formule appuie sa légitimité sur le plus grand nombre possible d'individus ou d'organismes qui en font partie afin que le conseil communautaire soit très représentatif de la population desservie par l'entreprise de câble. Un projet d'émissions communautaires soumis par un individu ou un organisme doit passer par diverses étapes de présentation et de discussion avant d'être approuvé dans une telle formule de conseils communautaires.

D'autre part, certains conseils communautaires, pour des raisons diverses, visent surtout à une plus grande spontanéité dans la conception et la réalisation d'émissions communautaires. Un des soucis majeurs des tenants de cette formule est d'éviter toute lourdeur excessive dans des structures susceptibles d'étouffer le dynamisme de la télévision communautaire. Cette absence de formalisme, ou plus exactement cette organisation informelle des conseils communautaires, diminue les délais de production d'émissions et permet à des individus peu intéressés à siéger sur un conseil communautaire de produire les émissions qui les intéressent. Ce dernier cas nous permet de tirer des constatations intéressantes.

En effet, si l'avènement de la télévision communautaire a vivement intéressé certains individus et continue encore de stimuler leur participation, il n'en va pas de même pour l'ensemble des citoyens. L'utilisation du canal local s'avère très circonstancielle dans plusieurs cas. A Québec par exemple, un groupe d'étudiants d'une école de théâtre a produit une série d'une dizaine d'émissions pour enfants lorsqu'ils ont eu à aborder dans leurs cours le théâtre pour enfants. Des employés d'un grand magasin à rayons, touchés par une grève qui se prolongeait depuis quelques semaines, ont

produit quelques émissions d'information. Des parents d'une association scolaire ont réalisé des émissions sur le dossier cumulatif de l'élève lorsque le ministère de l'Éducation a voulu introduire ce moyen d'évaluer le rendement d'un étudiant tout au long de ses études.

Des événements de l'actualité qui ont provoqué chez eux une prise de conscience puis un désir de s'exprimer sur les points précis les concernant ou du moins les intéressant. Il est à prévoir, par exemple, que les grévistes qui ont participé à l'émission d'information ne reviennent pas faire d'autres émissions avant que d'autres conflits de travail ne surgissent à cet endroit. Des dizaines de cas d'individus qui se sont exprimés par l'entremise de la télévision communautaire sur des sujets qui les touchaient de près et qui ce sont tus par la suite pourraient être cités. Cette attitude dénote le caractère éphémère mais intensif des phénomènes de mobilisation d'individus ou de groupes d'individus, et l'importance de la télévision communautaire permettant d'informer les citoyens sur les problèmes qui confrontent certains groupes de la population.

Dans ces cas, les personnes concernées avaient un message à faire connaître à la population et ce, à un moment précis. Leurs attentes envers la télévision communautaire étaient tout aussi précises. Il s'agissait de bénéficier de ce moyen privilégié d'expression tout en respectant les règles établies par la télévision communautaire (disponibilité de studio, de personnel et d'équipement) dans un laps de temps relativement court. Si de telles décisions avaient dû être prises lors de la réunion mensuelle de l'assemblée communautaire, il est fort à parier qu'au moins deux de ces projets d'émissions n'auraient pas été diffusés sur le canal communautaire. Si en plus, les promoteurs de ces projets d'émissions avaient dû assister à la réunion mensuelle pour expliquer et défendre leurs projets, il est fort probable qu'aucune émission n'aurait été présentée à la population.

Si on demandait à ces personnes de s'associer en permanence au développement de la télévision communautaire, on essuierait probablement un refus des uns par tempérament, des autres par manque de temps. Nous aurions tort cependant de croire que ces personnes fassent montre d'indifférence face à la télévision communautaire. Pour plusieurs d'entre elles, il suffit d'être assuré que ce médium d'expression est toujours à leur disposition en moyennant l'acceptation de règles minima de fonctionnement en ce qui a trait à l'équipement et au personnel requis.

L'expérience de Québec, visant à accroître la participation spontanée de la population, suscite beaucoup d'espoir principalement pour les télévisions communautaires des grands centres où les efforts faits par les directeurs de la programmation pour intéresser les citoyens à la réalisation d'émissions communautaires se sont souvent butés à un mur d'indifférence. La formule d'assemblée communautaire n'est pas une création unique de l'esprit. Au contraire, elle a été pensée et modifiée suite à une série de discussions, de rencontres et d'essais infructueux. De plus, elle s'inspire d'un réalisme issu d'une connaissance réelle du

milieu dans lequel elle s'insère, tenant compte de l'existence d'une multitude d'individus et de groupes de nature et d'idéologies différentes démontrant un intérêt sporadique pour la télévision communautaire, mais se déclarant volontaires pour faire quelques émissions sur des sujets précis si leurs efforts sont canalisés, leurs projets appuyés et leurs opinions respectées. Il incombe au directeur de la programmation, assisté de l'assemblée communautaire, d'effectuer dans un premier temps le travail de sensibilisation à l'existence du canal communautaire, d'apporter le support technique (équipement et personnel disponibles pour produire des émissions de qualité) et de s'assurer que la contrepartie soit entendue dans les cas requis et d'une façon générale que les émissions ne contiennent pas de propos offensants contre toute race ou religion, de langage obscène, indécent ou blasphématoire, de nouvelles fausses ou trompeuses.

Nous croyons pouvoir jumeler à cette dichotomie classificatoire une deuxième polarisation, entre conseils communautaires qui possèdent et/ou recherchent un pouvoir dans la communauté et les conseils communautaires (le vocable assemblée communautaire serait plus juste) qui veulent activer et canaliser le dynamisme des groupes existants vers la télévision communautaire. Ces différences notables sont susceptibles d'influencer l'orientation de la programmation communautaire. Elles sont dues à la fois aux personnalités des individus responsables de la création des conseils communautaires et au milieu qui les a vu naître. Ces facteurs ont orienté dès les premières rencontres le développement de la télévision communautaire vers l'une ou l'autre de ces tendances.

Nul n'est besoin de rappeler le caractère novateur de la télévision communautaire telle que vécue au Canada. Cette situation, flatteuse à plusieurs égards, comporte aussi ses désavantages pour les personnes qui y travaillent de près et qui font face quotidiennement aux problèmes de son développement. Or, la mise sur pied des conseils communautaires par ces personnes dans toutes les étapes d'implantation, mérite l'estime et une bonne considération tant pour la persévérance que pour le dynamisme nécessaire à une telle action. Il est heureux de constater que leur travail obscur s'est déroulé en général dans un climat sain de franches discussions. Selon nous, cette première constatation d'ordre général vaut la peine d'être relevée parce qu'elle dénote une attitude positive face à la télévision communautaire et une capacité réelle d'innover en respectant les individus et les structures déjà en place.

Des quatre endroits visités, Sherbrooke est le seul qui a vraiment donné lieu à des divergences d'opinion. L'expérience de Sherbrooke est-elle pour autant un échec? Nous ne le croyons pas. Ce serait nier tout le travail de sensibilisation effectué depuis deux ans à cet endroit et la participation d'une multitude d'individus et de groupes à des projets de télévision communautaire. Les problèmes rencontrés à Sherbrooke ont eu un effet bénéfique en ce sens qu'ils ont permis à des individus partageant des vues différentes de clarifier leurs positions respectives et de faire avancer d'un cran le débat

autour du bien-fondé des conseils communautaires et de la forme qu'ils doivent emprunter selon les endroits.

L'une des questions fondamentales à la base de toutes les discussions sérieuses sur les conseils communautaires concerne le rôle de la télévision communautaire et sa vocation dans un milieu. Deux positions distinctes s'affrontent sur ce sujet. D'une part, certaines personnes voient dans la télévision communautaire une société miniature en tous points semblable à l'original. La programmation communautaire serait alors un miroir devant refléter le plus fidèlement possible ce qui se passe dans la macro-société et conséquemment, devrait donner la parole par ordre d'importance aux groupes les plus influents de la Société (Chambre de Commerce, etc.) et moins souvent aux groupes communautaires considérés comme étant trop marginaux.

D'autre part, certains voient dans la télévision communautaire un medium d'expression utilisé comme agent de changement social privilégiant surtout les personnes et groupes qu'il est convenu d'appeler les sans-voix: ceux que les media de communication conventionnels font rarement entendre. Il semblerait qu'un peu partout les individus liés de près au développement de la télévision communautaire (propriétaires, directeurs de la programmation, citoyens) oscillent entre ces deux positions.

Il va sans dire que les conceptions du conseil communautaire varient beaucoup selon que l'on est partisan de l'une ou de l'autre de ces définitions. Les avis sont partagés sur la nature des groupes qui doivent faire partie des conseils communautaires et sur le rôle de ceux-ci auprès du détenteur du permis de télévision par câble (pouvoir décisionnaire ou consultatif).

De ces deux questions, celle qui a trait à la représentativité des conseils communautaires suscite à plusieurs égards le plus de controverses. En effet, l'évaluation du degré de représentativité d'un conseil communautaire ne peut pas se faire sans un consensus minimum sur les critères d'évaluation. Or, il nous semble que ce consensus ne sera jamais atteint tant que les opinions ne seront pas plus homogènes sur le rôle de la télévision communautaire dans un milieu donné. Entre temps, les discussions à ce sujet demeurent souvent stériles. N'est-il pas illusoire d'espérer un consensus sur un point aussi vital que l'importance accordée par les citoyens aux mécanismes de transformations sociales. De telles questions débordent de beaucoup le cadre de la télévision communautaire et se trouvent à la fois au coeur des problèmes quotidiens de développement.

Indépendamment des questions que nous venons de soulever, il faut reconnaître en toute franchise qu'à certains endroits (surtout dans les grands centres urbains) l'idée de former un conseil communautaire entièrement représentatif de la population est très utopique et relève d'une certaine naïveté. Dénombrer dans des grands centres urbains peu importe leurs buts et leurs tailles, serait déjà un tour de force. Vouloir en

plus, que les représentants de chacun d'eux se rassemblent pour élaborer d'un commun accord une programmation reflétant les préoccupations de chacun, ne nous semble pas réalisable, voire même peu souhaitable. Toutes tentatives pour mettre sur pied ces superstructures dans les grands centres urbains nous apparaissent vaines et vouées à l'échec.

N'est-il pas normal dans la multitude de groupes existant dans une grande ville que certains d'entre eux entretiennent des relations conflictuelles et parfois même, doivent leur existence à une volonté de combattre, ou tout au moins, de contrer l'influence et l'action des autres (association de propriétaires et association de locataires, par exemple). Pourquoi ne pas réunir quelques individus chargés de veiller à ce que la participation de chacun soit assurée et soit encouragée en tout temps, plutôt que de chercher à tout prix à canaliser la participation de tous les organismes vers une structure pyramidale rigide qui risque fort d'étouffer les mouvements spontanés à la programmation communautaire. Encore faut-il se servir d'un jugement sûr lorsqu'il s'agit d'appliquer certaines formules de conseils communautaires et surtout faut-il se méfier de recettes expérimentées ailleurs.

Au terme de la Loi, le détenteur de licence est responsable du contenu des émissions diffusées. Par conséquent, le pouvoir exercé par les conseils communautaires relève surtout de règlements internes convenus entre eux et le détenteur de la licence afin de favoriser le développement de la télévision communautaire. Il est difficile de dire quoi que ce soit sur l'un ou l'autre de ces rôles adoptés par les conseils communautaires suite à nos observations des endroits visités. Nous avons vu tellement de variations selon les intentions des responsables des conseils communautaires, la taille de la communauté desservie, la signification accordée aux ententes signées, qu'il nous semble que l'analyse de ce

qui se passe en pratique doit primer sur l'importance que les individus rattachent aux mots (décisoire et consultatif).

En ce qui regarde le canal local, une autre question fondamentale soulevée par l'existence des conseils communautaires concerne la fonction même des entrepreneurs de télévision par câble dans le système de radiodiffusion. Il faut à la fois veiller à ce que le détenteur de la licence soit profondément impliqué dans le développement de la télévision communautaire, et respecter la maturité des citoyens qui participent à la programmation en leur accordant la responsabilité de leurs émissions.

N'y a-t-il pas danger que les conseils communautaires fortement structurés soient une forme traditionnelle de participation du public, greffée à un mode d'expression totalement nouveau et qui, par conséquent, pourrait porter préjudice à la télévision communautaire si aucune adaptation véritable n'est élaborée?

Si des efforts réels ont été faits un peu partout au niveau de la programmation pour donner à la télévision communautaire le dynamisme nécessaire pour exploiter à bien ces multiples potentialités, il est tout aussi important de la doter de mécanismes de participation adaptés à ces exigences communautaires (accès au plus grand nombre). Nous croyons qu'un clivage grave risque de s'instaurer entre, d'une part, le type d'émissions communautaires diffusées et d'autre part, les mécanismes de participation du public, si un travail simultané n'est pas fait sur ces deux plans.

La nécessité d'inventer de nouvelles formes de participation adaptées au rôle de la télévision communautaire est la principale constatation issue de notre étude des conseils communautaires. Elle constitue à nos yeux le plus grand défi que doivent relever les responsables de la télévision communautaire pour les prochaines années.

Les ressources de la communauté

Stephen Callary

Ces directives concernent l'inventaire du matériel audio-visuel d'une communauté et sont basées sur un principe très simple: remonter à la source. Les fabricants d'équipement vidéo portatif ont deux principaux clients, le gouvernement et l'entreprise privée qui se servent principalement de cet équipement à des fins éducatives (ou de formation) et industrielles (i.e. de surveillance).

La technique la plus efficace pour la compilation d'une liste du matériel disponible consiste à obtenir une liste des clients auprès des fabricants. En général, on obtient cette liste sans difficulté.

Une fois établie la liste des propriétaires et la quantité d'équipement vidéo disponible dans votre localité, il est nécessaire d'entrer en contact avec chacun d'eux afin de vérifier s'il est possible d'emprunter le matériel. Vous saurez alors rapidement si l'équipement est immédiatement disponible ou non.

Dans certains cas, l'absence d'une politique clairement définie sur la disponibilité de l'équipement vidéo ne fera que précipiter un débat, privé et public, sur l'utilisation de ces ressources pendant les "heures libres." Il ne faut pas perdre de vue, après tout, qu'une bonne partie de cet équipement a été acquise avec des fonds publics. Vous vous rendrez compte que vos requêtes serviront sans doute de catalyseur à un réexamen depuis longtemps nécessaire des politiques de prêt. Elles ne pourront que faciliter l'accès des membres de la communauté aux techniques audio-visuelles.

Mais avant d'entreprendre votre recherche, il serait bon de poser un certain nombre de gestes préliminaires.

LE MOTIF DE VOTRE APPEL

Vous rendrez visite ou téléphonerez à des personnes occupées. Soyez prêt à expliquer votre projet d'une manière concise et précise. De plus, vous devez être en mesure de démontrer que ces media s'appliquent bien à votre objectif. Il vous faudra, bien sûr, faire preuve d'une connaissance suffisante du maniement de l'équipement demandé. Vous devrez avoir une bonne idée des fonctions de la personnes avec qui vous avez établi un contact et du rôle de l'organisme qui l'emploie. Un lien entre vos intérêts respectifs pourra être d'une importance capitale.

UNE REQUETE SPECIFIQUE

Vous devez avoir une idée claire de vos besoins. Vous faut-il des renseignements, ou un appareil spécifique? S'il s'agit d'équipement, à quel moment et pour combien de temps? Le prêteur accepterait-il de faire une donation ou des dispositions autres qu'un prêt? Avez-vous besoin d'une aide technique?

Vous aurez souvent la coopération d'un prêteur réticent si vous savez reconnaître que vous n'êtes pas un expert dans le domaine des techniques audio-visuelles et en acceptant des conseils ou une aide additionnelle de sa part. Cette aide peut constituer une condition sine qua non au prêt du matériel. Bref, faites preuve d'humilité et de souplesse.

Vous devez agir tout d'abord comme si l'accès à toute espèce d'équipement était interdit. Par conséquent, votre première rencontre sera particulièrement importante et déterminera probablement le type de coopération que vous pourrez attendre. Examinez à fond les rouages de l'organisme et déterminez l'interlocuteur qui convient. Soyez prêt à faire valoir les bénéfices potentiels que son organisme retirera de votre projet.

FABRICANTS, DISTRIBUTEURS ET DETAILLANTS

Ainsi, la première étape consiste à entrer en contact avec le fabricant, son représentant, son distributeur et/ou des commerçants assurant la vente au détail, la location et les services d'entretien. Ils pourront probablement donner les noms de ceux qui s'intéressent au domaine audio-visuel, possèdent du matériel, en louent, en prêtent; car ce sont eux qui ont vendu cet équipement ou qui en assurent désormais l'entretien. Les commerçants vous renseigneront également sur leur propre plan de location et sur les organismes qui dispensent des cours sur les techniques audio-visuelles dans votre région. Ces renseignements pourraient s'avérer fort utiles, surtout si vous trouviez un commanditaire disposé à louer l'équipement pour vous ou à faire une donation qui permettrait de l'acheter.

Les principaux détaillants d'équipement audio-visuel se trouvent dans les pages blanches de votre annuaire téléphonique ou dans les pages jaunes sous les rubriques: "télévision-pièces et accessoires;" "télévision-réseaux et équipement-circuit fermé;" etc.

LES ENTREPRISES DE TELEVISION PAR CABLE

La deuxième étape consiste à rendre visite au responsable du système local de télévision par câble. Plusieurs administrent un canal communautaire et sont susceptibles de posséder un équipement vidéo portatif et de montage accessible à toute personne produisant des émissions pour le canal. Ils connaissent peut-être des personnes de votre communauté qui possèdent ce type d'équipement, car une partie assez importante de leur programmation est enregistrée à l'avance. Ils deviendront probablement une source précieuse d'information sur les ressources disponibles dans la communauté.

MINISTERES ET AGENCES GOUVERNEMENTALES

Comme la majorité de l'équipement audio-visuel a été acheté avec des fonds publics, le champ d'investigation pourra s'étendre aux ministères et agences gouvernementales ainsi qu'aux diverses organisations et institutions communautaires subventionnées par les fonds publics. Puisque leur fonction est le service à la communauté, c'est là, plus qu'ailleurs, que vous pourrez trouver de l'équipement disponible.

INSTITUTIONS D'ENSEIGNEMENT

Les ministères provinciaux de l'éducation sont de loin les principaux usagers d'équipement audio-visuel dans le secteur public. Au Québec, le "propriétaire légal" de cet équipement est la commission scolaire; adressez-vous d'abord à elle. Chaque commission scolaire définit sa politique; certaines ont un système bien défini de prêt d'équipement à la communauté. La plupart des commissions scolaires ont un service d'éducation des adultes; ils commencent à utiliser l'audio-visuel et plusieurs dispensent des cours sur les media communautaires. Comme ces cours sont moins structurés, vous feriez bien de vérifier auprès du responsable de l'éducation permanente s'il est possible de se servir de l'équipement. La plupart des écoles ont un coordonnateur de l'audio-visuel, responsable de l'équipement. C'est lui que vous devez rencontrer.

Les universités et les collèges possèdent des laboratoires audio-visuels bien équipés, mais leurs politiques de prêt à la communauté varient d'une institution à l'autre. Il vous faudra visiter ces institutions afin de connaître leur orientation en ce domaine. Les facultés (départements, modules, écoles) les plus susceptibles de posséder du matériel sont celles de communications, journalisme, langues, sciences de l'éducation, bibliothéconomie, médecine, éducation physique, science ou des media, ou services audio-visuels, les syndicats étudiants et la bibliothèque. Ces visites vous fourniront l'occasion de rencontrer plusieurs professeurs et administrateurs spécialisés dans ce domaine qui pourront devenir une source précieuse de renseignements impossibles à obtenir autrement.

AGENCES ET MINISTERES PROVINCIAUX

Au Québec, le ministère des Communications possède des bureaux régionaux qui peuvent prêter de l'équipement. Il peut y avoir également des agences provinciales connexes, tels les Offices du cinéma, les agences de télévision ou de radiodiffusion éducative et les cinémathèques qui pourraient permettre certains prêts d'équipement. Vérifiez s'il n'existe pas une institution semblable au Vidéographe de Montréal. C'est un organisme sans but lucratif ayant pour but de promouvoir les media communautaires. Il est probable que des organismes semblables existent ou soient en voie de formation dans d'autres régions du Canada.

Il se peut que d'autres ministères provinciaux: Affaires Culturelles, Tourisme, Voirie et Transports, Chasse et Pêche, Terres et Forêts, Richesses naturelles, Justice,

Immigration, agences comme l'Hydro et d'autres sociétés de développement des ressources naturelles, possèdent également leur propre équipement. Règle générale, on peut s'attendre à une certaine collaboration de ces ministères pourvu que l'équipement serve à des objectifs se rapprochant des leurs.

La plupart des renseignements peuvent être obtenus en téléphonant aux bureaux de renseignements des différents ministères, inscrits dans les pages blanches de l'annuaire téléphone sous le titre "gouvernement de (la province)."

AGENCES ET MINISTERES FEDERAUX

Les bureaux régionaux de plusieurs agences et ministères fédéraux sont susceptibles de prêter de l'équipement audio-visuel. Des renseignements supplémentaires peuvent être obtenus auprès de l'Office national du film.

SERVICES MUNICIPAUX

Dans le secteur public, la quatrième source probable sont les gouvernements municipaux ou régionaux. Ainsi, les services des loisirs, des parcs, les bibliothèques, le bien-être social, les travaux publics et la police se servent peut-être d'équipement audio-visuel et pourraient, selon la nature de votre projet, vous permettre de l'utiliser.

Rendez-vous aux bureaux de ces différents services dont vous trouverez l'adresse dans les pages blanches de l'annuaire téléphonique sous les mentions "municipalité de (endroit)," "ville de (endroit)," "cité de (endroit)," ou "communauté urbaine de (endroit)."

ORGANISMES ET INSTITUTIONS COMMUNAUTAIRES

Dans la communauté, les sources probables sont les hôpitaux, les agences de charité groupées sous l'égide de la Fédération des Oeuvres, les syndicats ouvriers, et les agences et sociétés à but non lucratif qui commanditent des projets de développement communautaire. Des organismes, tels que le Y.M.C.A., les clubs Kiwanis, Lions, Rotary et la Chambre de Commerce, commanditent souvent des projets audio-visuels et pourraient sans doute vous mettre en contact avec des groupes travaillant dans ce domaine ou vous offrir une autre forme d'assistance. En outre, il ne faudrait pas oublier les églises, temples, synagogues et les associations religieuses ou ethniques qui y sont associées, les clubs et centres culturels et les fondations privées. Toutes ces démarches vous permettront non seulement de compléter votre inventaire, mais aussi vous donneront une vue d'ensemble fort intéressante de la composition et du travail des groupes et des influences qui agissent sur votre milieu.

ENTREPRISES PRIVEES

Dans le secteur privé, outre les entreprises de télévision par câble et les détaillants d'équipement audio-visuel, votre enquête devrait vous mener chez les compagnies

de production et de distribution de films, les stations de radio et de télévision, les éditeurs de journaux et revues, les agences de publicité, les compagnies théâtrales et autres organismes intéressés aux media de communication. Ils ont fréquemment recours au vidéo dans leur travail quotidien et ils pourraient être en mesure de prêter des appareils, ou de fournir des renseignements sur la façon d'en obtenir.

Certaines compagnies utilisent les méthodes audiovisuelles pour les cours de formation de leurs employés; il est possible que leur service des relations publiques parrainent votre projet. En plus du prêt de leur équipement, certaines compagnies défraient parfois les coûts de location ou donnent la somme nécessaire à la location de l'équipement. Entrez en rapport avec le siège social des grandes compagnies dans les domaines suivants:

- téléphone et télécommunications
- banques
- assurances
- exploitation des ressources (mines, pétrole et gaz, produits chimiques, exploitation forestière, pâtes et papiers, etc.).
- transport (automobiles, chemins de fer, compagnies aériennes, etc.).
- grandes compagnies de vente au détail de produits de consommation dans les domaines de l'alimentation (super-marchés), du vêtement (magasins à rayons); associations de commerçants et groupes d'administrateurs de centres d'achats.
- industrie manufacturière (plus spécifiquement les appareils ménagers, matériaux de construction, denrées alimentaires, textiles, vêtements, produits pharmaceutiques et cosmétiques).

Commencez tout d'abord vos démarches par le service des relations publiques du siège social de ces compagnies. Puisque chaque ville n'abrite pas de siège social de l'une des grandes entreprises commerciales du pays, essayez alors de rejoindre de la même façon tous les principaux employeurs de votre région.

INDIVIDUS

Enfin, vous devriez consulter des publications telles que *Interface*, le *Video Exchange Directory*, *Radical Software*, et le bulletin de *Société Nouvelle Medium media* etc., elles vous fourniront les noms des individus et des groupes qui s'intéressent activement au domaine des techniques audio-visuelles dans votre communauté.

UTILISATION DES RESSOURCES

Les commentaires suivants résument les observations de l'auteur sur l'utilisation des ressources audiovisuelles dans la région de Montréal.

Les résultats de notre recherche sur la répartition de l'équipement vidéo portatif dans la région de Montréal sont reflétés depuis 1969, près de 1,200 magnétoscopes

demi-pouce ont été vendus par les principaux fabricants d'équipement. Quarante-vingt quinze pourcent ont été vendus à deux types de clients: institutions d'enseignement et grandes compagnies. Ces statistiques, dit-on, ne diffèrent pas de celles antérieures à 1969.¹

De prime abord, il faut présumer que moins de 5% des appareils demi-pouce existant dans la région de Montréal sont accessibles aux particuliers. En réalité, ce pourcentage est un peu plus élevé. (Il est impossible de fournir des chiffres précis pour des raisons que nous développons ci-dessous.) En réalité, plusieurs institutions prêtent leur équipement selon les emprunteurs, leurs projets, leurs objectifs, et plus important encore, le moment de l'emprunt. Par exemple, une personne inscrite à un cours donné par une institution d'enseignement de la région métropolitaine a accès à du matériel portatif sans trop de difficultés. Ironiquement cependant, la même personne, une fois ses études terminées, ne pourra probablement plus l'emprunter et il lui sera fort difficile de trouver un appareil vidéo.

Au sujet du prêt des appareils portatifs dans les institutions d'enseignement, elles suivent la pratique suivante: il n'existe pas de politique officielle précise. Ce qui est disponible aujourd'hui pourrait bien ne plus l'être demain. Plus souvent qu'autrement, on ne fournit pas de raisons claires pour expliquer un refus.

Les grandes compagnies sont encore plus réticentes à prêter de l'équipement, surtout si vous ne faites pas partie de leur personnel. Le matériel audio-visuel d'une compagnie sert à assurer une formation moderne et efficace à ses employés. L'expérience nous a appris que les compagnies prêtent très rarement leur équipement, même à leurs propres employés.

Ces commentaires recouvrent trois problèmes fondamentaux:

- Puisqu'il n'y a pas de surplus de matériel dans la région de Montréal, l'équipement est en général utilisé de façon constante.

- L'appareil vidéo demi-pouce coûte entre \$1,800 et \$2,000 selon les fabricants. Il est inabordable pour la plupart des particuliers. Le coût de location, d'environ \$75 par jour, est également inabordable.²

- L'équipement vidéo portatif est fragile. Par définition, il est transporté constamment; en outre, il est manipulé par différents utilisateurs accroissant de façon sensible les coûts d'entretien assumés par le propriétaire.

Cet article démontre que les ressources en équipement audio-visuel de notre milieu sont peu abondantes et peu accessibles aux particuliers.

Il convient cependant de souligner un autre point. Outre l'absence de politique de prêt claire et articulée, il est frappant de constater le faible nombre de groupes montréalais dont la principale fonction serait de faire du vidéo communautaire une activité dynamique et viable. Bien que Vidéographe ait une politique claire et

précise sur l'accès à l'équipement, les projets doivent être conformes à certains critères de la maison.

Certes, la disponibilité de l'équipement n'est pas le seul frein à la croissance de la télévision communautaire montréalaise, mais c'est de loin le plus important.

1. Statistiques des ventes fournies par Sony Canada Ltée et Panasonic Canada Ltée.

2. Un certain nombre de distributeurs consentent à louer de l'équipement à des individus capables de fournir la preuve d'une connaissance suffisante du maniement de cet équipement. "L'industrie de location" est marginale et je crois qu'elle le demeurera. Les distributeurs ne tiennent pas à augmenter le volume des locations à cause des coûts élevés de l'entretien de l'équipement après chaque location. De plus, ils ne veulent pas diminuer le taux quotidien de location afin de ne pas augmenter le nombre de location.

L'impact du canal communautaire sur les auditoires

Entrevue d'André Chagnon

M. Chagnon est président de *Vidéotron Ltée*. Cette entreprise détient cinq licences d'exploitation de systèmes de télévision par câble qui desservent les municipalités québécoises de

a) Buckingham, Masson;

b) Gatineau, Templeton, Pointe-Gatineau;

c) Mont-Laurier;

d) Beloeil, McMasterville, Otterburn Park, St-Basile, St-Hilaire, Ste-Julie;

e) St-Jérôme, Lafontaine et St-Antoine.

Q. Vous avez tenté par divers moyens de connaître l'étendue de votre auditoire, ses préférences, ses besoins et ses réactions face à votre programmation. Pouvez-vous nous parler des moyens que vous avez utilisés et des résultats obtenus?

R. Nous avons procédé à des sondages par téléphone, nous avons fait du porte à porte, nous avons utilisé la poste et nous avons organisé des rencontres et des discussions informelles. Notre but était de connaître l'ampleur de notre auditoire. Nos objectifs n'étaient pas simplement de savoir si 50 ou 75 pour cent des abonnés suivaient régulièrement la télédiffusion de certaines émissions, mais plutôt si les gens connaissaient l'existence de ces émissions et si ce genre d'émissions les intéressaient. En somme, nous voulions connaître "qui regarde" plutôt que "combien regarde".

Il reste qu'il est toujours intéressant pour nous de connaître l'étendue de notre auditoire. Par exemple à Buckingham, nous avons reçu 174 réponses à un questionnaire envoyé à 350 de nos 900 abonnés, soit un taux de réponse d'approximativement 50%. Près de 90% des répondants connaissaient l'existence du canal communautaire et 63% utilisaient ce canal plus d'une fois par semaine. 21% des citoyens-répondants avaient déjà participé à l'expérience de la télévision communautaire, soit par le truchement du téléphone, soit en se présentant à nos studios.

Q. Vous avez réalisé que vos émissions s'adressent à des auditoires spécifiques et qu'elles ne rejoignent pas la totalité des abonnés au même moment.

R. C'est exact. Par exemple, les revues *Life* et *Post* aujourd'hui disparues ont été remplacées par une multitude de magazines spécialisés. Je crois que notre programmation, actuellement répartie sur un canal mais qui sera éventuellement étendue à 30, devra être composée d'un ensemble de ces "petits magazines spécialisés" comportant des centres d'intérêt bien précis. D'ailleurs à Gatineau, nous nous sommes déjà engagés dans cette voie et notre programmation se compose en partie de "blocs-horaire". Par exemple, durant le jour, nous réservons du temps pour des

émissions qui s'adressent aux femmes, aux personnes âgées, etc.

Q. Vous produisez et distribuez présentement à vos abonnés une revue intitulée *Mieux Vivre Chez-nous*. Quel en est le rôle?

R. Le principal rôle de la revue est de promouvoir le canal local. Nos sondages, quoique peu scientifiques, nous ont appris que nos abonnés ne connaissaient pas notre programmation. Nous utilisons le canal de la mise en ondes automatique (la météo et l'heure) pour promouvoir nos émissions (en nous servant du tam-bour). Mais nos enquêtes démontrent que ces messages publicitaires manquent d'efficacité. Au cours d'une enquête effectuée sous forme de porte à porte à Beloeil et à Gatineau, nous avons demandé à nos abonnés d'où ils tenaient leurs renseignements sur l'horaire de notre programmation. Je n'oublierai jamais la réponse de cette bonne dame: "Je les demande à la voisine."!

Pour pallier à ce manque d'informations au sujet de l'horaire de notre programmation, nous avons déjà tenté de les promouvoir par le truchement des hebdomadaires locaux. Mais nous devions alors faire face à un double problème: premièrement, le journal local est lu en diagonale puis il est jeté; deuxièmement, ces hebdomadaires n'accepteraient pas de publier gratuitement notre horaire, ce qui nous occasionnerait des frais publicitaires supplémentaires de l'ordre de \$220 par mois pour l'achat d'une seule page. Or notre revue, subventionnée en partie par des commanditaires, entraîne un déficit mensuel de \$250. Mais cette revue, contrairement aux journaux locaux, a l'avantage d'être conservée pour utilisation fréquente. Elle présente un horaire-type qui donne malgré tout peu de détails sur notre programmation, car la décision de présenter une émission spéciale est souvent prise la journée même de sa diffusion.

Au début, la publication de la revue compagnie. Nous commençons cependant à initier des comités locaux afin qu'ils prennent la responsabilité de cette publication. Notre revue traite de divers sujets d'intérêt local, de telle sorte qu'elle devient elle aussi un medium local au même titre que la télévision communautaire; les membres de la communauté peuvent l'utiliser de la même manière et aux mêmes fins que la télévision communautaire. Au fur et à mesure que des comités s'intègrent à la revue, nous nous en retirons. Par exemple, les éditoriaux que nous rédigeons présentement sont en fait des outils appartenant à la communauté; c'est à elle seule qu'il incombera de les écrire.

Q. Précédemment vous nous avez parlé des différents sondages non scientifiques que vous avez effectués. Pourriez-vous être plus précis quant à ces types de sondages?

R. Nous avons sollicité de l'information de trois façons différentes: par la poste, en insérant, dans nos envois de factures, un questionnaire et une enveloppe-réponse affranchie. Nous avons sollicité de l'information par les moyens du porte à porte et du téléphone. En ce qui concerne le "questionnaire postal", les abonnés n'avaient qu'à cocher la réponse. C'était relativement simple. Ce mode de sondage a sa valeur; il nous fournit surtout des informations d'ordre quantitatif. Par contre, il offre peu de possibilités de commentaires. De plus, les personnes qui avaient préparé ce sondage ont été déçues par le peu de réponses reçues. Tout comme lorsque l'on reçoit son compte de téléphone ou d'électricité on ne regarde pas toujours le petit boniment du Bell ou de l'Hydro, il en a été de même pour ces questionnaires.

Le porte à porte qui rejoint tout aussi bien les abonnés que les non abonnés semble un moyen d'enquête plus valable. Tous ces contacts nous confirment que malgré nos efforts en ce sens, la majorité de la population ignore ce qu'est la télévision locale ou communautaire. Pour la plus grande partie des gens, la télévision reste un divertissement et ils conçoivent difficilement qu'elle puisse être autre chose. Ils restent stupéfaits à l'idée d'être invités à participer à ce medium. Les gens nous demandent: "Qu'est-ce qu'on va voir?" "Y aura-t-il des longs métrages?" "Des artistes connus?" "Des spectacles?" Ils y voient une autre station de télévision conventionnelle. Le processus de sensibilisation de la population à ce nouveau mode d'utilisation du medium télévisuel est très long.

Les appels téléphoniques des téléspectateurs sont une troisième façon de connaître l'opinion des abonnés. Notre politique est de nous assurer que pour chaque émission avec la participation d'un invité, il y ait une période allouée aux appels des téléspectateurs. Le nombre d'appels reçus est une première indication de l'intérêt suscité par l'émission. Certains appels comprennent des commentaires spontanés à propos de l'émission. En d'autres occasions, les directeurs de la programmation sollicitent des commentaires sur l'émission mise en ondes. Je pense que ce genre de rétroaction ("feedback") est utile. A cause de nos préjugés, nous avons parfois tendance à croire que certaines émissions ne seront pas appréciées du public, alors qu'elles le sont.

Une anecdote me revient à l'esprit et elle illustre bien ce que je viens d'exposer. Un des directeurs de la programmation hésita à mettre en ondes l'enregistrement d'une pièce écrite et interprétée par un groupe d'écolières de 12 à 14 ans. Il se décida tout de même à la présenter à cause de l'insistance des enfants. Après l'émission, il reçut les commentaires de l'auditoire et, à sa grande surprise, tous, parents et enfants, y étaient favorables. On lui demanda même de repasser l'émission; ce qu'il fit, il va sans dire.

Q. Est-ce que vos sondages vous ont permis d'identifier, avec une précision relative, les différentes couches sociales qui regardent le canal local?

R. Les résultats de nos sondages ne nous permettent pas de répondre avec exactitude à cette question. Tout ce que je peux dire, c'est qu'il est évident que nos abonnés ne regardent pas toute notre programmation parce qu'elle est "spécialisée" (âge d'or, femmes, enfants, etc.). Nous avons pu identifier des classes d'âge, de sexe, etc. Mais peut-être y a-t-il une carence au niveau de la programmation orientée vers les "bourgeois". Ceux-ci d'ailleurs semblent manifester peu d'intérêt en ce qui a trait à la préparation des émissions. C'est difficile de les motiver: même si le pot de café a augmenté de \$0.10, ils l'achèteront quand même. Ils ne viendront pas faire une émission sur l'augmentation du coût de la vie. Pourtant, ce serait intéressant car ils pourraient produire des émissions différentes; leurs connaissances, leurs expériences et surtout leurs besoins sont différents. Les classes plus démunies réalisent des émissions dans le but d'obtenir quelque chose. Les classes favorisées pourraient faire des émissions afin de protéger leur acquis. Les membres de cette classe sociale seraient sans doute plus intéressés par des émissions qui traiteraient de sujets tels que les contrats, les testaments, les assurances, etc.

Q. Vous nous avez parlé des blocs d'émissions destinées aux femmes et à l'âge d'or. A la suite de vos expériences, pouvez-vous nous expliquer en combien de temps se bâtit un auditoire et comment s'articule une participation?

R. A Gatineau, le canal communautaire fonctionne depuis six ans. Les gens de Gatineau connaissent l'existence de cet instrument, si bien que s'ils ont quelque chose à communiquer, ils pensent à l'utiliser à cette fin. L'expérience des blocs-programmes y est en cours depuis décembre 1973 et le directeur de la programmation est emballé par le degré de participation des gens. Il faut cependant retenir que les membres de cette communauté sont sensibilisés à l'existence de notre canal depuis six ans. Par contre, à St-Jérôme, où le système de câble n'est pas encore en opération, il s'écoulera sans doute un certain laps de temps avant de constituer un auditoire et de susciter la participation populaire à l'intérieur d'une formule similaire de blocs-programmes. D'autre part à Beloeil, sans doute à cause du type d'émissions que nous offrons, il nous a été possible de constituer assez rapidement un auditoire. L'an dernier, on y a présenté des enregistrements de joutes de hockey junior qui ont obtenu du succès. Nos employés ont reçu de nombreux appels demandant de représenter les parties. Dans cette région nous avons décidé de concentrer nos efforts sur la diffusion du sport local, ce qui n'empêchait pas les membres de la communauté de produire les émissions de leur choix. A Beloeil, nous annonçons l'horaire de diffusion de la partie de hockey à l'aide d'affiches fixées sur les camionnettes de l'entreprise. Nous incluons aussi avec les factures, l'horaire, non seulement de la diffusion des parties, mais aussi celui des joutes elles-mêmes, car la diffusion était en différé. Nous l'annonçons dans notre revue *Mieux Vivre Chez-nous*. Du côté des journaux locaux, la publicité resta

limitée parce que nous ne pouvions en obtenir gratuitement, comme je l'ai déjà souligné. Nous utilisions évidemment, le tambour du canal de mise en ondes automatique.

Le président de la ligue de hockey s'est montré très favorable à ce genre de retransmission. La diffusion n'a pas vraiment augmenté l'assistance aux parties elles-mêmes, mais plus nombreux sont ceux qui les suivent maintenant grâce au câble communautaire. Entre chacune des périodes, au moment de changer de bobine, il fut convenu de solliciter les commentaires du public. La joute elle-même dure environ une heure, mais l'émission dure de trois à quatre heures, cela dépend du temps consacré aux appels. La population décide du temps qu'elle veut accorder aux discussions avec les joueurs, l'instructeur ou le président de la ligue. J'avoue qu'au début j'étais sceptique: qui donc veut voir une joute de hockey dont les résultats sont déjà connus? Le suspense est automatiquement perdu. A la rigueur, il est compréhensible que la diffusion d'extraits d'une joute de ce genre puisse susciter de l'intérêt. Mais de là à présenter tout la joute! De plus les enregistrements se faisaient au moyen du portapak. Avec une glace blanche, imaginez les contrastes! Rien n'empêche que de nombreux spectateurs regardaient ces joutes jusque tard dans la nuit. Un jour que nous présentions une joute, le directeur de la programmation décida, à deux heures du matin, de couper le son et de demander aux auditeurs de bien vouloir téléphoner au canal afin de nous dire s'ils étaient toujours à l'écoute. Il reçut environ 110 à 130 appels durant les minutes qui suivirent son message!

Q. La diffusion de ces joutes, ainsi que l'expérience *Sélecto-TV* ont-elles accru l'auditoire et la participation du public aux émissions?

R. De toute manière, le succès entraîne le succès. D'une part, les abonnés qui ont suivi avec intérêt ces joutes de hockey seront sans doute tentés de regarder d'autres items de notre programmation. D'autre part, ils réalisent que notre medium rejoint un certain public, ce qui les motivera peut-être à utiliser eux-mêmes cet instrument afin de communiquer à la population certains sujets qui leur tiennent à coeur.

Nous pensons que ce n'est pas parce qu'une émission donnée remporte du succès que l'on doit nécessairement en faire une série. Un maximum d'heures de programmation est loin d'être l'objectif visé par *Vidéo-tron*. Trop souvent lorsqu'un canal communautaire a beaucoup d'heures de diffusion, c'est qu'il exige la production de continuités; au bout du compte, les gens se "vident" et ils n'ont plus rien de nouveau à dire. L'idéal serait que le medium soit disponible au moment même où les citoyens en ont besoin.

Q. Dans la majorité des municipalités que vous desservez, vous diffusez les séances des conseils municipaux en direct ou en différé. Cette diffusion a-t-elle un impact important sur l'auditoire?

R. A Beloeil, un sondage nous a permis de constater que cette émission rejoint 70% de nos abonnés. Il est évident qu'elle a un impact sur la vie civique, car elle

permet aux citoyens de participer aux décisions municipales. Il n'y a aucun doute qu'elles ont aussi un impact direct sur le Conseil et, si ma mémoire est bonne, sur l'adoption de certaines résolutions. Comme les citoyens ont la possibilité de voir leurs élus au travail, ils revalorisent le rôle du politicien. La population est plus à même de juger ses élus quand elle les voit à l'oeuvre. Non seulement elle comprend mieux leur rôle, mais elle peut aussi juger de leurs qualifications et de leurs compétences. Placé dans une telle situation face aux électeurs, on est en droit d'espérer que si un politicien est tenté de se préoccuper plus de ses intérêts personnels que de ceux de la communauté, il y pensera deux fois plutôt qu'une. Si dans une municipalité, les élus ont l'habitude de prendre leurs décisions à huis clos pour faire ensuite un simulacre de séance qui n'a pour objet que de ratifier des décisions déjà prises, la couverture de ce genre de séance alliée à une ligne ouverte auront tôt fait de mettre ce procédé en évidence.

Q. La diffusion des séances des conseils municipaux a-t-elle eu des effets immédiats sur les citoyens?

R. Le maire de Beloeil m'a fait part de ses réactions. Il mentionnait qu'auparavant les citoyens le critiquaient en se fondant sur des arguments injustifiables à cause d'un manque d'information. Il affirme que maintenant les gens discutent de façon plus constructive. Le maire de Beloeil a accepté sans hésitation l'idée d'une tribune téléphonique où il sollicite les commentaires, les suggestions et les critiques de la population afin d'aider le Conseil à mieux travailler. Les citoyens étant plus sensibilisés aux divers processus de l'administration municipale, ils réagissent avec plus de maturité et ne se contentent plus de critiquer à tort et à travers. Maintenant, lorsque le maire rencontre des citoyens, ce n'est plus uniquement dans le but de les informer mais aussi pour discuter de la prochaine séance du Conseil.

Q. Par ailleurs, plusieurs individus, plusieurs groupes sociaux, culturels ou autres ont participé ou produit de nombreuses émissions. Est-ce qu'on vous a déjà rapporté que ce genre d'émissions avait amené des transformations?

R. Il m'est difficile de répondre à cette question car ces phénomènes ne se prêtent pas toujours à des analyses précises et justes. Ces émissions ont sans doute été la source de changements, c'est d'ailleurs un des buts de la télévision communautaire. Les changements ne sont pas toujours apparents ou mesurables. Mais je crois qu'il est impensable qu'il ne se soit produit aucun changement grâce à la télévision communautaire. Une chose est certaine: les gens se connaissent mieux et connaissent mieux leur milieu.

Citons le cas de la Commission scolaire de Beloeil. Les commissaires avaient l'impression que les parents voulaient qu'on les assiste par un règlement, car ces derniers semblaient rencontrer des difficultés quant à la tenue vestimentaire (jeans) et à la propreté (cheveux longs) de leurs enfants. Les commissaires décidèrent donc de voter un règlement en ce sens. Les étudiants protestèrent et présentèrent au canal local une émission à ligne ouverte où ils exposèrent leurs objections à ce règlement. Le lendemain, les commissaires vinrent

justifier leur règlement. Pendant deux ou trois heures, il répondirent aux appels des parents. Finalement la Commission scolaire décida de rescinder son règlement. La télévision communautaire a donc permis aux intéressés de prendre en mains leur problème, de l'exposer, de le discuter et de le solutionner.

Dans une seconde municipalité, une dame a fait une émission afin de protester contre certaines lenteurs administratives. Texte en main et pour la première fois devant une caméra, cette dame rappela aux citoyens qu'un montant de \$5,000, voté depuis déjà quelque temps pour l'aménagement d'un terrain de tennis, n'avait pas encore été utilisé. Elle invita ensuite le Conseil à expliquer les raisons de ce délai. Résultat: les travaux débutaient la

Selon moi, l'essentiel est de sensibiliser la population au moment opportun. L'instantanéité est donc très importante car les gens qui ont quelque chose à dire, comme cette dame par exemple, ne peuvent attendre six mois pour préparer leur émission. La présentation et l'esthétique passent donc obligatoirement au second plan. Songeons aux problèmes que nous occasionnent la plupart des séries. Au début, les gens ont de la matière ne tarde pas à s'épuiser. C'est alors la présentation qui prend de l'importance et de là la demande d'instruments plus sophistiqués. Le contenant l'emporte sur le contenu.

La rigidité n'est pas de mise dans la programmation. Rien ne me choque plus que lorsque je regarde une émission de la télévision conventionnelle qui se termine juste au moment où l'entrevue devient intéressante. La télévision communautaire devrait être assez flexible pour annuler une émission afin d'en prolonger une autre qui s'avère plus intéressante que prévue.

Le studio conventionnel de télévision diminue la spontanéité, car c'est un environnement peu familier. En ce sens, le portapak est un instrument extraordinaire, car il permet de se déplacer facilement et de rejoindre les gens chez eux. Cependant l'usage de cette technique d'enregistrement ne permet pas l'emploi d'une tribune téléphonique. Je considère que le bi-directionnel est un pas en avant. Chaque foyer pourrait devenir un studio, simplement en y branchant une caméra. On obtiendrait alors autant de studios que d'abonnés. Ce studio pourrait tout aussi bien être le centre d'achats, la rue, l'usine, etc. Les gens n'iraient plus au studio, le studio viendrait à eux.

Présentement à Gatineau, nous produisons des émissions avec le portapak en collaboration avec sept groupes de personnes âgées (foyers, groupes de l'âge d'or, etc.). Cependant, les vieillards éprouvent souvent de la difficulté à se déplacer. Avec le bi-directionnel, il serait possible d'organiser des télé-réunions ayant plusieurs points d'origine (i.e. plusieurs foyers), le choix des images étant assuré par le réalisateur travaillant à la centrale.

Q. En plus des changements sociaux dont vous venez de parler, avez-vous remarqué un impact au niveau des individus?

R. Oui. Je me rappelle, qu'il y a quelque temps lors d'un *Sélecto-TV* fait en collaboration avec l'O.N.F., nous avons présenté un documentaire traitant de l'accouchement. Ces présentations de documentaires étaient accompagnées d'une tribune téléphonique. Un père de famille, âgé de près de 50 ans, nous a appelé pour nous dire que ce film avait transformé sa conception de la mère et de la femme en général. Il nous disait: "Si j'avais vu ce document avant ou au début de mon mariage, j'aurais vu mon épouse d'une façon tout à fait différente". Une jeune fille nous a téléphoné quelques jours plus tard, nous disant qu'elle avait vu ce documentaire en compagnie de quelques couples d'adolescents; elle nous racontait que le comportement des garçons avait changé à leur égard.

Des réalisateurs de l'O.N.F., présents lors de cette expérience, se disaient étonnés de la spontanéité, de la liberté et de l'absence de gêne avec lesquelles les gens s'exprimaient au téléphone comparativement à certaines expériences de cinéma-participation.

Toutes les possibilités de l'utilisation combinée téléphone-câble, permettant la communication d'une personne avec plusieurs, n'ont pas encore été pleinement comprises et utilisées. Par exemple, quelqu'un déménage dans une nouvelle ville où il ne connaît pour ainsi dire personne. Il est amateur de bridge et aimerait rencontrer des gens qui s'y intéressent aussi. Il passe donc par le canal communautaire et tente par ce moyen de trouver des partenaires. Ce n'est-là qu'un exemple. Il y a des foules de possibilités de ce genre. La télévision communautaire n'est pas seulement un moyen permettant de solutionner les grands problèmes touchant l'ensemble de la communauté. Elle peut aussi régler les petits problèmes de notre joueur de bridge. Je me souviens d'un cas similaire. Il s'agissait de joueurs d'échecs qui vinrent au studio en nous demandant trois heures d'antenne afin d'organiser des parties d'échecs entre des experts en studio et des joueurs à domicile. Les membres de ce groupe s'étaient dit que de nombreux amateurs d'échecs avaient sans doute de la difficulté à trouver des partenaires.

Ou encore, un père de famille qui passe ses samedis près des pentes de ski à attendre ses enfants, car lui ne pratique pas ce sport. Il pourrait utiliser le canal communautaire, pour former un groupe qui louerait un autobus et retiendrait les services d'un instructeur pour le groupe, ce qu'il ne peut faire seul.

L'individu fait souvent face à des difficultés qu'il ne peut résoudre seul. Il pourrait, si la possibilité lui en était offerte, faire appel aux ressources humaines de l'ensemble de la collectivité dans laquelle il vit. Cette communauté a peut-être des solutions à ses problèmes. Il ne s'agit que de s'organiser en conséquence afin que la télévision communautaire devienne le porte-voix de la collectivité et de l'individu.

La programmation communautaire et la vie politique

Gordon Galbraith

Une des principales conséquences de l'essor des moyens de communication modernes a été de réduire en apparence l'importance relative des communautés politiques locales et régionales. Mais ces changements n'ont pas pour autant diminué l'importance réelle de ces communautés politiques; elles sont seulement moins évidentes. Les techniques de communication ont en effet permis la diffusion rapide des informations; elles ont favorisé une définition nationale et même internationale des enjeux politiques. Bref, elles ont permis un changement d'échelle. Il ne faut pas oublier que tous ces changements se sont produits dans le cadre d'institutions politiques profondément enracinées dans le milieu. Même si les discussions politiques sont d'envergure nationale ou internationale, notre système politique de représentation demeure lié à des communautés moins visibles, mais toujours définies par des frontières bien précises.

Aujourd'hui, au moment où nous arrivons à ce que certains experts appellent "l'étape de la spécialisation du secteur tertiaire" dont font partie les techniques de communication, toutes sortes de sous-communautés, y compris les plus petites, sont redevenues plus visibles. La disparition des magazines à grand tirage est un indice de cette troisième étape. Mais il y en a d'autres, telle l'entrée en scène de la télévision par câble et la prolifération des canaux de télévision qui ne peuvent qu'accélérer ce processus. Bref, les media électroniques de communication, à l'instar de la presse écrite, deviennent de plus en plus spécialisés.

Les canaux communautaires de la télévision par câble peuvent servir à rendre les communautés locales plus apparentes et modifier profondément le rôle des institutions politiques dans notre vie quotidienne. Au niveau de la vie politique, le canal communautaire peut s'avérer un instrument utile, car il est à la disposition de la communauté, c'est-à-dire accessible à tous. Il est un mode de communication pour les communautés locales et régionales, composantes essentielles à notre système politique; il est conforme au style de vie propre à une société qui fait un si grand usage des techniques électroniques de communication. Le canal communautaire peut devenir un instrument des plus utiles à l'homme politique tout comme au grand public. Il peut servir aux interactions entre ces deux groupes de notre société.

Deux définitions s'imposent. Par *le grand public*, on entend cette catégorie de citoyens qui ne s'intéressent à la politique qu'occasionnellement, qui se préoccupent de questions politiques particulières. Par *les hommes politiques*, on entend un groupe plus restreint de citoyens engagés, à temps complet ou à temps partiel, dans des enjeux politiques plus nombreux et s'intéressant à une large gamme d'activités politiques. Certes, pour plusieurs, cette distinction semblera inadéquate.

Peut-être auront-ils raison, mais leur opposition sera d'ordre idéologique. Ces termes prennent pour nous une valeur descriptive et analytique.

Du point de vue du grand public, l'utilité politique du canal communautaire réside dans le pouvoir de susciter et de développer l'intérêt du public pour des questions locales spécifiques. A notre époque, la tâche de sensibilisation de l'opinion à certains problèmes constitue souvent une barrière qui empêche de trouver une solution satisfaisante. Les nouveaux instruments et l'accès au canal communautaire sont des moyens supplémentaires à la disposition de ceux qui favorisent une présentation logique et structurée des problèmes locaux. Dans un milieu urbain, ces problèmes peuvent être l'apparition d'une nouvelle forme de délit et, dans un milieu rural, la menace d'un rezonage des terres ou d'une nouvelle autoroute. L'étude d'une question peut conduire à la découverte d'un autre aspect de l'environnement; par exemple, l'étude des installations de loisirs pourrait, par la même occasion, révéler que le quartier abrite un grand nombre de gens âgés incapables de faire leurs achats convenablement à cause d'un réseau d'autobus mal organisé. L'important, c'est que le canal communautaire soit en mesure d'aider les citoyens des communautés locales ou régionales—un quartier urbain par exemple—à découvrir et à définir leurs problèmes communs.

Il ne faudrait cependant pas conclure que le canal communautaire doit remplacer les moyens traditionnels d'action politique collective. Il faut plutôt le considérer comme un moyen supplémentaire permettant d'orienter et de former l'opinion publique à l'instar de la télévision conventionnelle, qui est un autre agent de formation—certains diraient de manipulation—de l'opinion publique au niveau national. Il conviendrait alors d'intégrer cette technologie à la vie politique, de la relier à d'autres formes d'action.

Prenez, par exemple, l'assemblée publique, une forme d'action politique utilisée depuis longtemps. Il existe de nombreuses façons de la relier à la technologie nouvelle qui pourrait devenir un agent de transformation de l'institution elle-même. Le canal communautaire peut préparer la communauté à l'assemblée grâce, par exemple, à une ou deux émissions sur les grandes lignes du problème à discuter et sur les moyens d'action envisagés. La réunion elle-même pourrait être enregistrée et diffusée, en totalité ou en partie, comme une sorte de "procès-verbal électronique". De cette manière, la réunion elle-même devient un instrument d'action.

Il en est ainsi pour une autre institution politique: le parti politique local. Bien que les partis politiques

soient principalement considérés comme des organisations nationales ou provinciales, il demeurent néanmoins profondément enracinés dans la communauté locale. Mais, comme ils sont surtout perçus comme des instruments électoraux, on a tendance à croire qu'ils sont inactifs en dehors des élections.

En réalité une campagne électorale n'est que l'extériorisation et l'intensification des activités habituelles et continues des partis politiques. Conscients de ce fait, certains canaux communautaires mettent régulièrement leurs studios à la disposition des partis locaux, même en dehors des périodes électorales. Toutefois, rares sont les partis qui ont profité de l'occasion pour faire de l'éducation politique; ils ont surtout tenté d'accroître leurs appuis. Ces partis n'ont pas compris que le canal communautaire pouvait les aider à résoudre leurs problèmes de communication interne au niveau local. Malgré ce qui a été dit et écrit sur "l'électronisation" de la politique, le processus électoral repose toujours sur des équipes motivées et dynamiques.

Les émissions politiques d'un canal communautaire ne devraient pas être des mini-reproductions de *La politique fédérale* (présentée à Radio-Canada le samedi soir). Au contraire, la programmation devrait être conçue par et pour les militants de toutes les tendances politiques. Bien que pour les besoins de l'exposé, nous n'avons distingué que deux catégories: *les hommes politiques* et *le grand public*, il faut se rappeler qu'il existe divers degrés d'intérêt envers la politique. Une programmation politique d'un niveau plus complexe que celle des media conventionnels serait profitable aussi bien aux partis politiques qu'au système démocratique lui-même.

Grâce aux magnétoscopes portatifs, un public plus vaste peut assister aux réunions du parti politique local; jusqu'à présent on atteignait qu'un nombre restreint de citoyens engagés. Songez par exemple, à une émission présentée le mardi exposant des problèmes à discuter à l'assemblée annuelle du jeudi: on peut, par exemple, interviewer les candidats à l'élection de l'exécutif local; l'émission suivante pourrait présenter un montage ou la couverture intégrale de l'assemblée. Encore le "procès-verbal électronique"! Ce genre d'interaction entre les partis politiques et la nouvelle technologie pourrait revaloriser la vie politique canadienne; il suffit que les partis eux-mêmes comprennent les avantages de ce service.

L'existence d'une aile fédérale et d'une aile provinciale d'un même parti peut cependant compliquer la programmation d'émissions politiques. La Société Radio-Canada accorde du temps aux partis fédéraux sur son réseau national (*La politique fédérale*) et aux partis provinciaux (*La politique provinciale*). Cependant au niveau local, la solution n'est pas toujours aussi simple. Un parti politique local peut posséder une organisation fédérale et une organisation provinciale. Les relations entre les deux groupes varient de la parfaite similitude des points de vue—parfois même on y retrouve les mêmes personnes—jusqu'au désaccord le plus total. Le

choix d'un responsable des émissions politiques partisans peut s'avérer difficile. Le directeur de la programmation d'un canal communautaire pourrait trouver utile que chaque parti désigne lui-même un représentant ou crée un comité de planification des émissions.

En période électorale, les émissions des différents partis politiques constituent un excellent moyen de faire connaître les points de vue des différents aspirants au titre de candidat du parti à l'élection fédérale ou provinciale. Habituellement, on procède à l'investiture des candidats au cours des assemblées. Il est vrai que les règlements du vote varient grandement à travers le pays, mais la plupart de ces assemblées sont ouvertes au public. Certains partis n'exigent qu'une modique cotisation de membre payable à la porte d'entrée. Les organisateurs politiques locaux préfèrent une investiture vivement contestée, puisqu'ils y voient l'assurance d'une réunion intéressante, une assistance plus nombreuse et un accroissement des relations du parti avec la communauté. On ne réalise pas toujours que le processus d'investiture est aussi important pour déterminer la composition de nos parlements que l'élection elle-même. Pourtant, ce processus d'investiture est moins compris et il fait l'objet de moins de discussion que de nombreux autres aspects de notre système politique. Les canaux communautaires constituent pour les partis politiques un apport tangible à la sensibilisation des citoyens à leurs programmes tout en rendant un grand service à la communauté.

Les émissions politiques partisans d'un canal communautaire soulèvent des questions différentes de celles rencontrées dans les autres émissions. Par exemple: Quels groupes peuvent aspirer au titre de partis politiques? Comment répartir le temps d'émission entre ces différents groupes? Les réponses à ces questions sont beaucoup plus simples qu'elles ne semblent à prime abord.

L'offre de temps d'émission à des partis politiques n'oblige aucunement le canal communautaire à faire de même pour tous les groupes qui se disent partis politiques. Il n'y a pas de règlement rigoureux dans ce domaine. Certains principes peuvent toutefois s'avérer utiles. En général, un groupe devient parti politique s'il a des représentants dans une des législatures fédérales ou provinciales. Au fédéral, les règles et les procédures reconnaissent quatre partis politiques: le Parti Libéral, le Nouveau Parti Démocratique, le Parti Progressiste-Conservateur et le Ralliement Créditiste. Il faut noter que ces partis sont reconnus (au niveau fédéral) partout au Canada, quelle que soit leur force ou leur faiblesse dans chacune des régions. Certaines des provinces ont établi des règles similaires; au Manitoba, par exemple, un groupe est reconnu comme parti politique s'il a l'appui de cinq membres de la Législature.

La répartition du temps entre les différents partis politiques est un peu plus compliquée. La Loi sur la radiodiffusion exige seulement une répartition "équitable" du temps disponible. Soulignons que ceci ne veut pas dire une période de temps identique pour chaque groupe. Il existe des précédents où la Loi a été

interprétée de la façon suivante: soit un partage égal entre tous les partis, soit une division basée sur une formule proportionnelle tenant compte de la force

relative des différents partis. En général, Radio-Canada a adopté la deuxième formule et les radiodiffuseurs du secteur privé ont adopté la première.

Le C.R.T.C. et la participation du public

Barry Kiefl et Nancy Wright

Le Parlement canadien a confié au Conseil de la Radio-Télévision canadienne (C.R.T.C.) la tâche de mettre en oeuvre la Loi sur la radiodiffusion adoptée le 1er avril 1968. Aux termes de la Loi, le C.R.T.C. est un "organisme public autonome" chargé de "la réglementation et la surveillance du système de la radiodiffusion canadienne." Le Conseil est composé de cinq membres à plein temps (le comité de direction) et de dix membres à temps partiel qui représentent toutes les régions du Canada. Le comité de direction est nommé par Il est composé du président du C.R.T.C., du vice-président et de trois membres à plein temps. Les membres à temps partiel sont nommés pour une période de cinq ans.

La Loi donne au Conseil le pouvoir de prescrire les classes de licences de radiodiffusion, d'établir des règlements applicables à tous les titulaires de licence sur les normes des émissions, sur la nature de la publicité et le temps qui y est consacré, sur le temps alloué aux émissions, annonces ou avis exposant la politique d'un parti, sur les conditions de l'exploitation des stations de radiodiffusion et d'autres pouvoirs connexes.

L'efficacité du Conseil dans l'application de ses politiques dépend plus de la coopération volontaire des titulaires de licences que de l'adoption de règlements et d'un contrôle strict de leur mise en application.

Historique du C.R.T.C.

Le rapport du Comité de la radiodiffusion (rapport Fowler, 1965) a précédé la création du C.R.T.C. et la promulgation de la Loi sur la radiodiffusion de 1968. Dans son rapport, le Comité définit les pouvoirs de l'autorité "unique" qui devra réglementer la radiodiffusion: "Elle devrait se contenter de définir la politique générale et veiller, de préférence par des conseils mais, au besoin, par des contraintes, à ce que cette politique soit respectée." Le rapport affirme en outre que le nouvel organisme devra assurer un échange constant d'information, dans les deux sens, entre le public et lui-même:

Il ne faudrait pas se contenter de répondre aux griefs mais chercher à faire mieux comprendre à toutes les couches de la population les buts et les aspirations du système canadien de radiodiffusion. Jusqu'ici le dialogue entre le système de radiodiffusion et son auditoire a été vague et inarticulé. Les gens qui avaient des propositions pratiques et des commentaires critiques à formuler ne savaient à qui s'adresser et leurs idées n'ont pas été très bien accueillies par les radiodiffuseurs. Les questions que les députés intéressés ont posées à la Chambre des communes ont été des moyens inefficaces

et peu souhaitables d'obtenir des renseignements et d'alerter l'opinion publique. Nous sommes d'avis que la Régie (le Conseil) devrait devenir la source reconnue de renseignements sur la radiodiffusion au Canada; c'est à elle que les griefs devraient être communiqués; elle devrait y répondre par des explications et, d'une façon générale, tenir compte des vues et opinions du public dans l'élaboration d'une politique de radiodiffusion canadienne.

La Loi sur la radiodiffusion contient une description de l'audience publique qui doit permettre la participation du public. L'article 19(2) déclare:

Le Conseil doit tenir une audition publique si le comité de direction est convaincu qu'il serait dans l'intérêt public de tenir une telle audition, au sujet

- a) de la modification d'une licence de radiodiffusion;
- b) de l'attribution d'une licence d'exploitation temporaire d'un réseau; ou
- c) de la plainte d'une personne relativement à toute question relevant des pouvoirs du Conseil.

On répond par lettre à la plupart de eux sont traités dans le cadre des audiences publiques. Les audiences sont tenues dans différentes régions du Canada dans la mesure du possible et concernent les préoccupations de la région; enfin elles consacrent toujours une période de temps aux commentaires du public; ces commentaires prennent la forme d'interventions à l'adresse d'un requérant comparissant à l'audience ou d'exposés plus généraux.

Les audiences ont pour but de recueillir des faits, d'entendre les opinions et de connaître la vision des Canadiens sur notre système de radiodiffusion; le Conseil a été fort impressionné par les réactions du public. Au cours des quatorze audiences de 1972-73, le Conseil a entendu les dimanches de 600 requérants et l'intérêt du public a été plus grand que jamais. Lors d'une audience tenue à Vancouver, plus de vingt-quatre interventions ont été déposées; lors de deux audiences tenues à Ottawa, on avait peine à trouver une place dans la salle, tant l'assistance était nombreuse.

Il est vrai que l'intérêt du public s'est accru considérablement en 1972-1973, mais comparé à d'autres organismes publics, le Conseil a toujours obtenu des réactions intéressantes lors des audiences traitant de politiques et de règlements importants. On compte parmi celles-ci les audiences sur l'extension du service, la télévision par câble et la teneur canadienne. La dernière politique discutée en public portait sur l'avenir de la radio MF; elle a provoqué des réactions encore plus grandes. Le Conseil a reçu des centaines de lettres et pourtant le "Projet de politique relative à la radio MF

dans le secteur privé” du 19 avril 1973 se terminait par une invitation toute simple: “Les citoyens, les radiodiffuseurs ainsi que tous les autres intéressés sont invités à commenter le projet de politique de la radio MF.”

Les attitudes du public

Avant de traiter plus longuement des audiences publiques, examinons brièvement l'attitude des Canadiens face à la radiodiffusion. Le public canadien s'est toujours intéressé d'une façon ou d'une autre au système de la radiodiffusion et, au cours des années, il a développé des attitudes spécifiques.

Lors de la création du C.R.T.C., la radiodiffusion canadienne traversait une période critique, non seulement à cause des pressions inhérentes à tout système de radiodiffusion, mais aussi à cause du public canadien qui semblait de plus en plus conscient de l'importance de ses systèmes de communication. Au cours des cinquante années de l'histoire de la radiodiffusion canadienne, histoire riche d'accomplissements remarquables (surtout si l'on considère que nos voisins ont un système de media parmi les plus perfectionnés du monde), il y eut certes des manifestations d'intérêt et de participation de la part du public. Il faut dire cependant qu'elles étaient plutôt rares et sporadiques.

Vers la fin des années 20 et au début des années 30, les Canadiens appuyèrent l'idée d'un réseau radiophonique national qui devint la Société Radio-Canada. Les procès-verbaux des débats parlementaires démontrent que le public favorisait la nationalisation d'au moins une partie du système. La nationalisation s'avérait nécessaire parce que les entreprises privées de radiodiffusion ne peuvent desservir adéquatement les Canadiens vivant à l'extérieur des centres urbains. Il s'agissait d'une question purement économique, le public rural ou isolé n'étant pas assez important pour garantir des revenus suffisants provenant de la publicité. Les Canadiens ont reconnu et reconnaissent encore aujourd'hui qu'un service équitable ne peut être offert sans un secteur public de radiodiffusion.

Il faut dire cependant que cette vision démocratique d'un service équitable n'était pas le seul motif de la création d'un secteur public. Les autres causes ont été expliquées par les historiens, mais la plus évidente apparaît dans une déclaration de la première Commission royale d'enquête sur la radiodiffusion en 1929: “Les auditeurs de la radio canadienne désirent une radiodiffusion canadienne.” Ainsi a été écartée la tentation de succomber entièrement à l'influence de la radiodiffusion américaine.

Lorsque le public s'est intéressé à l'établissement d'un service *canadien* également accessible à l'ensemble de la population, il n'a pas introduit ce que de plusieurs espéraient être le début d'une longue tradition. Durant plusieurs années, on s'est peu préoccupé de la radiodiffusion; elle ne faisait pas l'objet de discussion publique et il y avait peu de demandes en ce sens. La radiodiffusion, à la fois publique (Radio-Canada) et privée, progressait rapidement mais calmement, sans

qu'on se rende compte des changements ou des problèmes. Lorsque la télévision a fait son entrée, on a réclamé des appareils et l'accès au service, mais guère plus. Ce n'était qu'une nouveauté, une autre source de divertissement et non un instrument de communication, c'est-à-dire un moyen de mettre les gens en rapport les uns avec les autres.

Finalement, quelque chose se produisit. Vers le milieu des années soixante, la radiodiffusion entra dans une ère nouvelle. La télévision par câble (permettant la réception d'un nombre accru de signaux et de canaux), avec ses caméras et ses appareils d'enregistrement portatifs peu coûteux et faciles à utiliser, apparaissait à l'horizon. Soudainement la situation prenait une tournure différente. En même temps se produisait une transformation générale des sentiments du public face aux media de masse; les recherches indiquent que des années cinquante aux années soixante, particulièrement en ce qui a trait à la télévision, les attitudes du public se sont polarisées et ont pris une importance nettement accrue. Les questions touchant les media et le sensationnalisme, la télévision et la violence, la télévision et la culture, mobilisèrent l'opinion publique. Le gouvernement créa alors un comité chargé d'étudier la radiodiffusion et de suggérer les moyens de répondre à l'intérêt croissant du public.

Bien que d'autres organismes gouvernementaux régissaient des industries qui influençaient profondément l'individu et la société, aucun n'était apparu à un moment aussi opportun que le C.R.T.C., à un moment où grandissaient la préoccupation et l'intérêt du public pour la radiodiffusion. Cet organisme de réglementation devint alors la plaque tournante de la participation aux décisions sur la radiodiffusion. Dans les six ans qui suivirent, cette participation fut mise en oeuvre grâce surtout aux audiences publiques. Examinons maintenant les mécanismes de la participation à l'audience.

Les règles de procédure du C.R.T.C.

Comme dans tout organisme de réglementation de la propriété publique, il est nécessaire de suivre des règles spécifiques qui permettent à chacun de présenter ses suggestions, commentaires, etc. Elles s'appliquent non seulement aux requérants, mais aussi aux personnes ou aux groupes qui font des interventions. Voici un résumé des règles de procédure relatives aux interventions.

L'EXAMEN DES DEMANDES DE LICENCES

Pour permettre aux gens de se familiariser avec les demandes d'attribution ou de renouvellement de licences, le Conseil met une salle spéciale à la disposition du public dans ses bureaux situés au 100, rue Metcalfe, Ottawa. Il est possible d'y examiner la demande de tout requérant lorsqu'elle a été inscrite à l'agenda d'une audience (l'inscription est annoncée au moyen de l'avis public). Les demandes peuvent aussi être examinées au bureau du requérant ou dans un autre lieu qu'il aura désigné.

L'INTERVENTION SUR UNE DEMANDE

L'intervention doit comporter une déclaration claire et succincte faite par l'intervenant désirant appuyer, s'opposer ou demander des modifications à une ou plusieurs demandes inscrites à une audience publique.

L'intervention devrait être dactylographiée de préférence et divisée en paragraphes numérotés par sujet pour qu'on puisse les identifier rapidement. Elle devra contenir les informations suivantes:

- l'objectif de la personne ou du groupe qui présente l'intervention.
- les motifs et les faits clairs et concis sur lesquels se fonde l'intervention.
- le nom, l'adresse et le numéro de téléphone de l'intervenant ou, selon le cas, de son mandataire.
- une liste de tous les documents qui expliquent ou appuient l'intervention.
- l'intention de la personne ou du groupe de comparaître ou non à l'audience.

LES DESTINATAIRES DES INTERVENTIONS

L'intervenant ou le groupe doit envoyer une copie signée de son intervention au requérant et aux autres personnes que le Conseil pourra désigner. (Par exemple, si une personne appuie un requérant et ce faisant explique les raisons de son opposition aux autres requêtes en compétition avec le premier, elle devra envoyer une copie de son intervention à ces requérants.)

Le Conseil exige deux copies de toutes les interventions. Elles devront être lisibles et faciles à photocopier, car l'étude des interventions exige de nombreux exemplaires.

De plus, une intervention qui se lit aisément sera comprise et assimilée beaucoup plus facilement.

LES DATES LIMITES

L'intervention doit être déposée et signifiée au moins quinze jours avant la date d'ouverture de l'audience publique. (Cette date est toujours spécifiée dans les avis publics des audiences.) Cette période de quinze jours est requise à cause des procédures administratives qu'impliquent l'enregistrement de l'intervention. Le Conseil demande aussi aux requérants de licence de compléter leurs formules de demande avant une date limite. Ainsi toute information se rattachant à une demande qui a fait l'objet d'un avis public ne pourra être acceptée au-delà de la date limite indiquée dans l'avis public.

Au moment où l'on adresse une intervention au C.R.T.C., il faut aussi envoyer une copie signée au requérant afin qu'il ait le temps de préparer une réplique. Le requérant n'est pas obligé de faire une réplique écrite; mais, s'il désire répondre, il doit en envoyer une copie signée au Conseil cinq jours avant la date de l'audience publique.

LES COMPARUTIONS AUX AUDIENCES PUBLIQUES

Toute personne, qui entend se présenter et faire une intervention à une audience publique, doit d'abord suivre la procédure décrite ci-dessus, puis envoyer au Conseil, au moins sept jours avant l'audience, une liste de noms, titres et positions de toutes les personnes qui apparaîtront avec elle à l'audience.

LES OBSERVATIONS DE GROUPES COMMUNAUTAIRES OU DE PARTICULIERS

Le paragraphe (1) de l'article 37 des règles de procédure du C.R.T.C. stipule: "lorsque, au moins deux jours francs avant la date fixée pour l'ouverture d'une audience publique, des représentations sont faites au Conseil au sujet de questions d'intérêt local ou régional dans la région où doit être tenue l'audience, le Conseil peut permettre à des groupes communautaires ou à des particuliers de présenter leurs observations sur ces questions à l'audience."

Le paragraphe (3) du même article 37 stipule aussi: "lorsqu'un titulaire de licence ou un requérant fait l'objet d'observation de la part de groupes communautaires ou de particuliers entendus lors de l'audience publique en vertu du paragraphe (1), le titulaire de licence ou le requérant doivent avoir l'occasion de répliquer au cours de l'audience."

Ce résumé des procédures se veut une et générale des règles de procédure DORS/71-330 du C.R.T.C. Pour les personnes intéressées, des copies de ces règlements sont disponibles à Information Canada.

Les autres formes de participation

LETTRES

Pour de nombreuses personnes, il n'est pas toujours facile d'être présent aux audiences. Il existe cependant d'autres formes de participation très efficaces, telles les lettres adressées au Secrétaire du Conseil, soit pour demander des renseignements, soit pour donner son appui à un requérant, soit pour formuler une plainte. De telles lettres permettent aussi au C.R.T.C. de connaître les problèmes et les besoins touchant la radiodiffusion dans les différentes régions du Canada.

LES PROCES-VERBAUX DES AUDIENCES PUBLIQUES

Les procès-verbaux des audiences publiques peuvent être examinés par le public au C.R.T.C.; on peut aussi les acheter dans les centres d'information Canada. De même, les enregistrements des audiences publiques sont disponibles pour audition au C.R.T.C.; on peut en faire des copies pourvu que la personne intéressée défraie le coût et fournisse le matériel nécessaire.

LISTE D'ENVOI

Toute personne désirant être informée des décisions, avis publics, etc. du C.R.T.C. n'a qu'à écrire au

Secrétaire du Conseil pour lui demander d'être inscrit sur la liste d'envoi prévue à cet effet.

Selon son mandat, stipulé dans la Loi sur la radiodiffusion, le Conseil est responsable de la réglementation et de la surveillance du système de la radiodiffusion canadienne; chaque citoyen a le droit de présenter ses vues au Conseil et de recourir aux diverses formes de participation décrites ci-dessus.

Quelques notes sur la législation

Mary Eberts

Je remercie M. Peter S. Grant de l'aide qu'il a apporté à la préparation de la section sur le droit d'auteur et M. Bruno Fioravanti de son aide pour la section traitant des oeuvres de charité. Je dois ajouter que MM. Grant et Fioravanti ne sont en rien responsables des erreurs qui auraient pu être commises.

Accessibilité

Existe-t-il un droit d'accès à la radiodiffusion au Canada? Brutalement, la réponse à cette question est non. Il n'y a rien dans les documents constitutionnels canadiens (l'Acte de l'Amérique du Nord britannique ou la Déclaration canadienne des Droits de l'Homme par exemple) qui donnent aux individus ou aux groupes le droit d'obtenir d'un détenteur d'une licence de radiodiffusion, du temps d'antenne pour faire passer les messages de leur choix. On peut citer des cas de jurisprudence où on s'est servi de l'Acte de l'Amérique du Nord britannique pour empêcher des gouvernements de restreindre le droit à la liberté d'expression, sauf si cette restriction est nécessaire pour la sauvegarde de la société. On donne comme exemples d'un empiètement tolérable sur la liberté d'expression les lois contre les déclarations séditeuses et contre l'obscénité, ainsi que les restrictions imposées en cas de guerre ou d'insurrection réelle ou anticipée (par exemple, la loi sur les Mesures de guerre). *Les cas refusant aux gouvernements le droit de restreindre la liberté d'expression ne vont cependant pas jusqu'à exiger de ces derniers qu'ils assurent aux citoyens un droit d'accès direct à la radiodiffusion.*

La Loi sur la radiodiffusion (1968) pourrait fournir le fondement d'une accessibilité plus générale, de même que certaines mesu canadienne (C.R.T.C.) en vertu de cette loi. Il est cependant assez difficile de dire, pour le moment, quelle est l'ampleur exacte de cette probabilité.

L'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion établit une politique de la radiodiffusion canadienne telle que déterminée par le Parlement. Le C.R.T.C. a pour tâche de réglementer et de surveiller le système de la radiodiffusion canadienne afin de mettre en oeuvre cette politique votée par le Parlement canadien. Deux paragraphes—3(c) et 3(d)—de l'article 3 touchent la question de l'accessibilité.

Le paragraphe 3(c) de la Loi sur la radiodiffusion stipule que:

Toutes les personnes autorisées à faire exploiter des entreprises de radiodiffusion sont responsables des émissions qu'elles diffusent, mais le droit à la liberté d'expression et le droit des personnes de capter les émissions, sous la seule

réserve des lois et règlements généralement applicables, est incontesté.

Ce paragraphe ne donne probablement pas à un individu le droit de se servir du système de radiodiffusion. On notera qu'il parle du droit qu'ont les personnes de *capter* les émissions et non de leurs droit de les *diffuser*. Il n'en signifie pas moins qu'un citoyen—qu'il détienne ou non une licence—ne pourra être censuré par le C.R.T.C. ou par le gouvernement aussi longtemps qu'il respecte la Loi.

Par conséquent, le grand problème est d'abord de trouver le moyen de passer en ondes. Puisque la Loi sur la radiodiffusion stipule que les personnes détenant une licence de radiodiffusion sont responsables des émissions qu'elles diffusent, la solution au problème consiste généralement à s'entendre avec un titulaire de licence pour pouvoir utiliser ses installations.

Cette entente avec le titulaire d'une licence peut prendre de nombreuses formes. Dans certains cas, il y aura une simple entente verbale; tandis que dans d'autres, l'une ou l'autre partie pourra demander un contrat écrit. Dans un contrat de ce genre, un groupe communautaire s'engage à protéger le titulaire de toute perte financière pouvant résulter d'une accusation de diffamation portée contre le titulaire pour une émission préparée par le groupe.

L'autre partie de l'article 3 sur l'accessibilité, le paragraphe 3(d), stipule que:

La programmation offerte par le système de la radiodiffusion canadienne devrait être variée et compréhensive et qu'elle devrait fournir la possibilité raisonnable et équilibrée d'exprimer des vues différentes sur des sujets qui préoccupent le public.

On considère parfois ce paragraphe comme le fondement d'une "doctrine d'équité" canadienne. Mais même si on lui donnait cette interprétation, ce paragraphe ne garantirait probablement pas à l'individu un droit d'accès au système de radiodiffusion. Même aux Etats-Unis, où elle a été mise au point, cette doctrine complexe n'assure à personne le droit de donner son opinion à la radio ou à la télévision. Elle signifie simplement qu'un titulaire de licence doit fournir un compte rendu équilibré des questions d'intérêt public importantes au cours d'une période de temps donnée. Pour ce faire, il pourra s'adresser à des porte-paroles représentant différents points de vue. Le Conseil de la Radio-Télévision canadienne n'a pas énoncé une doctrine d'équité formelle, mais son interprétation du paragraphe 3(d) n'en ait pas éloignée. Si un individu ou un groupe a été personnellement attaqué sur les ondes, soit par le titulaire de licence soit par un tiers il devra pouvoir répondre à cette attaque. Mais en général on

n'interprète pas le paragraphe 3(d) comme permettant, a priori, aux individus ou aux groupes de se servir du système de la radiodiffusion quand ils le désirent. Tant qu'un titulaire de licence fournit un compte rendu raisonnable et équilibré d'une question d'intérêt public, son jugement n'est pas mis en doute.

On dira que tout cela semble assez décourageant. N'y a-t-il rien qu'un individu ou un groupe puisse faire pour avoir accès aux ondes? Poursuivons.

L'idée d'un canal communautaire à la télévision par câble a été encouragée par le C.R.T.C. dès sa première déclaration importante concernant le câble, le 13 mai 1969. Depuis sa déclaration du 10 avril 1970, le C.R.T.C. a favorisé le principe du libre accès du public à ces canaux communautaires.

Dans son énoncé de politique sur la télévision par câble du 16 juillet 1971, le C.R.T.C. a décrit trois types d'émissions susceptibles d'apparaître sur le canal réservé aux émissions locales: la programmation communautaire, les émissions locales et les émissions d'information. La programmation communautaire a été décrite comme "un genre où les citoyens participent directement à la préparation et à la réalisation des émissions." A ce sujet, le C.R.T.C. déclarait:

C'est le titulaire de licence du système de câble qui a la responsabilité de décider qui aura accès à ce canal communautaire. Mais pour assurer le plus efficacement possible que l'exploitation de ce canal se fasse au profit des citoyens, pour que l'accès en soit équitable et pour faciliter la réalisation, les moyens utilisés devront être aussi variés que possible afin de répondre aux besoins locaux.?

Les différends qui se présentent au sujet de l'accès juste et équitable au canal à programmation locale qui ne peuvent être réglés entre le titulaire de licence de télévision par câble et la personne qui sollicite l'accès au canal peuvent être soumis au Conseil.

Une dernière remarque importante s'impose: la meilleure façon d'accéder aux communications est d'être Les hommes d'affaires ont compris ce simple axiome depuis longtemps déjà et les groupes de citoyens prennent maintenant conscience de son potentiel. Des groupes et des associations communautaires de diverses régions du Canada ont obtenu des licences pour exploiter des systèmes de télévision par câble, des réémetteurs de télévision et des émetteurs-relais à faible puissance. Il n'y a pas si longtemps, la plupart de ces licences étaient détenues par des groupes habitant des localités minuscules ou très isolées et, très souvent, ils représentaient l'unique service de radiodiffusion disponible. Le 3 août 1973, dans sa Décision 73-391, le C.R.T.C. accordait une licence pour exploiter une entreprise de télévision à une coopérative de Hull; la future station desservira la région de la capitale nationale. Le 18 août 1973, le C.R.T.C. accordait une licence MF à un groupe communautaire de Kitchener-Waterloo, *Wired World Inc.*, pour leur permettre d'explorer l'utilisation de la radio comme moyen d'expression communautaire. Ces développements ouvrent de

nouvelles voies dans le sens d'un accès réel à la radiodiffusion.

Constitution en société

Un groupe peut songer à se constituer en compagnie sans but lucratif ou en coopérative. Cette mesure peut se révéler particulièrement utile si le groupe compte de nombreux membres, s'il envisage des projets importants ou à long terme ou s'il fait affaire avec d'autres personnes (titulaires de licence ou sources éventuelles de capitaux) qui pourraient exiger une preuve de responsabilité avant d'engager leurs ressources.

Quels sont les avantages de l'incorporation? Un groupe non constitué en corporation ne possède pas d'existence légale autre que celle des membres qui le composent. Il ne peut passer de contrats, intenter des poursuites légales ou en être l'objet, en son nom propre. Cela signifie qu'une association sans personnalité légale qui voudrait signer un bail, contracter une assurance, acheter ou louer du matériel, pourrait être obligée de le faire au nom de l'un de ses membres. Cela signifie également que ce membre, et peut-être d'autres, seraient tenus personnellement responsables des dettes qui pourraient résulter de cette transaction.

Une fois qu'une association est constituée en corporation, elle acquiert une personnalité juridique. Elle peut faire des affaires, signer des baux ou des contrats, acheter, vendre, louer en son propre nom. Ses membres pourront changer, de même que ses administrateurs, mais son existence propre se poursuivra jusqu'à ce qu'elle soit officiellement dissoute. Ce genre de permanence est très utile pour un groupe qui veut se lancer dans un projet à long terme ou établir des relations durables avec un titulaire de licence. De plus, la constitution en corporation signifie que les membres individuels et les directeurs ne sont pas personnellement responsables des dettes que le groupe pourrait contracter dans la poursuite de ses objectifs. Chaque membre n'est responsable que du paiement de ses cotisations ou autres contributions stipulées dans la constitution de la corporation.

L'organisation d'une société peut de plus aider les membres à définir les objectifs du groupe et créer la situation la plus propice à un travail d'équipe. Si un groupe est assez important mais n'a pas été formellement organisé, les membres individuels pourront éprouver des difficultés à déterminer qui devra prendre les décisions et ensuite à faire connaître leurs opinions à ceux qui seront élus responsables. De plus, il pourra être difficile de diviser les tâches équitablement de façon à ce que chaque membre se sente utile sans en même temps se croire exploité. Avant qu'un groupe puisse se constituer en corporation, il doit rédiger une constitution et des règlements décrivant la façon dont la corporation sera structurée, ses objectifs, le nombre d'administrateurs et de directeurs, leurs tâches, le moment des assemblées générales, etc. Les lois régissant l'incorporation prévoient certaines normes de base concernant ces détails d'organisation, mais il reste suffisamment de jeu pour qu'on puisse choisir la

forme répondant le mieux aux besoins particuliers. Une fois la constitution établie dans les lettres patentes ou les mémoires et articles, elle devra être respectée par tous les membres et ne pourra être modifiée que d'un commun accord.

En général, les agences gouvernementales et les fondations ou sociétés privées auront tendance à fournir des fonds à un groupe constitué en corporation beaucoup plus qu'à une association sans personnalité légale. Pour certains organismes, il est impossible, de par leur constitution, de donner de l'argent à des individus, tandis que d'autres auront simplement une plus grande confiance en des associations officielles. Dépendant des objectifs du groupe, il sera peut-être profitable de se faire enregistrer à titre d'oeuvre de charité selon la Loi de l'impôt sur le revenu (voir la section suivante). Les contributions aux oeuvres de charité enregistrées sont déductibles du revenu imposable.

Finalement, si le groupe est intéressé à la programmation communautaire, il pourra songer à demander une licence pour exploiter sa propre entreprise de radiodiffusion. A cet effet, l'expérience acquise par la fondation et l'administration d'une corporation à but non-lucratif, ou d'une coopérative, peut constituer une base solide. Les membres du groupe auront appris à travailler en équipe, à l'intérieur d'une structure donnée et pourront mieux déterminer s'ils sont prêts à s'engager dans une entreprise à long terme. Advenant qu'un groupe décide de demander une licence, l'expérience acquise en tant que groupe incorporé faisant de la programmation démontrera au C.R.T.C. la responsabilité et l'intérêt véritable du groupe en question.

OU PEUT-ON S'INCORPORER?

Si le groupe est actif dans plus d'une province, il pourra se constituer en corporation au fédéral. Sinon, l'incorporation pourra se faire dans la province où travaille le groupe.

QUI A LE DROIT DE SE CONSTITUER EN CORPORATION?

Les statuts régissant cette procédure pour le gouvernement fédéral et les différentes provinces précisent le nombre de personnes qui doivent signer une demande d'incorporation. Dans le cas des corporations sans but lucratif (par opposition aux corporations commerciales), les personnes signant la demande doivent toutes avoir l'intention de jouer un rôle actif dans l'organisation. Elles devront avoir l'âge légal qui peut varier d'une juridiction à une autre. Une corporation ou une coopérative peut être membre d'une autre corporation ou coopérative; certains statuts autorisent les administrateurs de la corporation ou de la coopérative qui désire devenir membre de l'autre à signer la demande de constitution en corporation.

COMMENT SE CONSTITUER EN CORPORATION?

La requête de la demande de constitution en corporation représente la phase ultime et souvent la moins compliquée des délibérations du groupe.

Il est utile de consulter tout d'abord les statuts de la province, ou ceux du Canada si l'on est actif dans plus d'une province, afin de connaître les caractéristiques des différents types de corporation. On pourra juger bon de nommer un comité qui se chargera de cette tâche. Les statuts sont habituellement disponibles dans les bibliothèques publiques ou les bibliothèques des palais de justice; parfois, on peut les trouver chez l'éditeur gouvernemental officiel de la province ou auprès d'un avocat qui s'intéresse au projet.

Les compagnies sans but lucratif, les sociétés et les coopératives constituent trois types différents de corporations qui pourront être étudiés par le groupe intéressé. La plupart des provinces ont une loi sur les compagnies qui édictent les dispositions relatives aux compagnies sans but lucratif (parfois appelées corporations sans capital social). En Ontario, les dispositions relatives aux compagnies sans but lucratif sont contenues dans la Loi sur les corporations; pour le Canada, dans la Loi sur les corporations du Canada; pour les autres provinces et territoires, dans la Loi sur les compagnies. De plus, le Canada et toutes les provinces et territoires à l'exception du Manitoba et de l'Ontario possèdent une Loi sur les associations coopératives (ou les sociétés coopératives); au Manitoba et dans l'Ontario, les dispositions relatives aux coopératives sont contenues dans la Loi sur les compagnies et la Loi sur les corporations, respectivement. Quatre provinces, la Colombie Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan et la Nouvelle-Ecosse ont une Loi sur les sociétés, il en est de même pour le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

Lorsqu'on aura étudié les caractéristiques de ces trois formes de corporation, on pourra choisir celle qui conviendra le mieux et tenir une (ou plusieurs) assemblée sur la rédaction d'une constitution et des règlements. Cette tâche pourra être facilitée en se référant à la constitution et aux règlements adoptés par d'autres groupes ayant des buts et des activités similaires. Parfois, un statut contiendra des dispositions qu'il faudra inclure; ou bien, il comprendra un formulaire standard que l'on pourra adapter à ses besoins.

La demande de constitution en corporation est généralement faite sur des formulaires fournis par le ministère responsable des corporations; on en trouvera la liste à la fin de cette section. La demande doit s'accompagner des frais requis, le montant exact vous étant communiqué lors de l'obtention du formulaire de demande.

Sociétés, compagnies sans but lucratif et coopératives

Sociétés: Dans les provinces autres que la Saskatchewan, elle en a tous les pouvoirs, droits et immunités tels qu'octroyés par la loi. Elle peut, par exemple, acquérir

des biens immobiliers, emprunter de l'argent et émettre des chèques en son propre nom. Aucun des membres d'une société n'est responsable individuellement d'une dette ou d'un engagement contracté par la société.

Une société peut être constituée dans des buts de bienfaisance, philanthropiques, charitables, scientifiques, littéraires, sociaux, éducatifs, culturels ou sportifs, mais non pour traiter dans le monde du commerce ou des affaires.

Les sociétés ne peuvent pas être financées au moyen d'un capital divisé en actions. Pour obtenir des fonds, une société pourra emprunter ou demander une cotisation initiale ou annuelle aux personnes désireuses d'en faire partie. Parfois aussi, on exigera d'un futur membre qu'il achète une obligation de la société, cet argent devant lui être rendu s'il décide de quitter l'association. Dans la plupart des provinces, les sociétés peuvent aussi accepter des dons.

Les activités d'une société, comme celles de n'importe quelle autre corporation, doivent être menées conformément aux dispositions de sa charte et de ses statuts. Ses fonds ne peuvent servir qu'à ses objectifs légitimes, énoncés dans sa constitution. Habituellement, la loi exige la tenue d'une assemblée annuelle et la publication annuelle d'un état financier montrant l'actif, le passif, les dépenses et les revenus, de même que les noms, adresses et occupations des directeurs et des hauts fonctionnaires.

COMPAGNIES SANS BUT LUCRATIF

Sous toutes les juridictions, une compagnie sans but lucratif peut être créée en vue d'objectifs artistiques ou charitables. Si un groupe veut fonder une compagnie sans but lucratif, il doit stipuler dans sa constitution que les profits ou autres revenus de la compagnie ne serviront qu'à la réalisation de ses objectifs et qu'aucun dividende ne sera payé aux membres. De plus, on n'inclura dans les objectifs de la compagnie aucune activité de nature commerciale (comme par exemple le développement de films), à moins de spécifier que cette activité ne sera entreprise qu'à titre de soutien des activités principales, à but non lucratif.

Sous certaines juridictions (par exemple au Manitoba, en Ontario et au Québec), une compagnie sans but lucratif ne peut pas être financée au moyen d'un capital social. Dans ce domaine, elle agira donc comme une coopérative, obtenant ses fonds au moyen de cotisations de membres, de dons et d'emprunts. Ailleurs (au Nouveau-Brunswick par exemple), une compagnie sans but lucratif pourra être financée au moyen d'actions, mais aucun dividende ne pourra être payé aux actionnaires.

ASSOCIATIONS COOPERATIVES

La plupart des corporations coopératives possèdent trois caractéristiques essentielles qui les distinguent des corporations commerciales ordinaires. Le membre ou actionnaire individuel d'une coopérative n'a habituellement qu'un vote, quel que soit le nombre des

actions qu'il détient. Aucun membre ou actionnaire ne peut voter par procuration. Le surplus de fonds résultant des affaires de la coopérative, après déduction d'une certaine somme pour parer à l'imprévu, est distribué sous forme de dividendes d'encouragement aux membres et à d'autres clients qui ne sont pas nécessairement des membres (si la charte prévoit cette pratique). Le montant de ces dividendes est proportionnel au montant des transactions que le membre aura effectuées avec la coopérative durant l'année.

Une coopérative peut se livrer à presque toutes les mêmes activités qu'une corporation ordinaire; elle peut être financée au moyen d'un capital social, ou sans capital social. Les corporations coopératives se consacrent traditionnellement aux domaines de l'agriculture, de la pêche et autres industries primaires et il existe de nombreuses coopératives de consommateurs de ces produits primaires. Le C.R.T.C. a accordé récemment une licence de télévision à ultra-haute fréquence à une coopérative communautaire de la région de la capitale nationale, la *Coopérative de Télévision de l'Outaouais*.

OEUVRES DE CHARITE

Au Canada, la Loi de l'impôt sur le revenu autorise le contribuable (qui peut être une corporation) à déduire de son revenu imposable les dons faits à une oeuvre de charité canadienne enregistrée. Cette clause peut être très profitable pour les groupes qui cherchent à obtenir des fonds. Une organisation fera donc bien de s'enquérir auprès du ministère du Revenu national des possibilités de s'enregistrer en tant qu'oeuvre de charité.

Il n'est pas nécessaire de se constituer en corporation pour pouvoir s'enregistrer, mais on devra être en mesure de préciser les objectifs et la structure de l'association. On vous demandera sans doute de soumettre au ministère une copie de la constitution et règlements et selon le cas, les documents de la constitution en corporation. Le ministère exige aussi un état des dépenses, des revenus, de l'actif et du passif pour les douze mois précédant la date de la demande.

La Loi de l'impôt sur le revenu ne définit pas le terme "oeuvre de charité," mais certains facteurs devront être considérés lorsqu'on voudra déterminer s'il est possible de demander l'enregistrement.

La caractéristique essentielle d'une oeuvre de charité est qu'aucune partie de ses ressources ne peut servir à l'avantage personnel de ses membres. Si un groupe s'est constitué en corporation ou en compagnie sans but lucratif, cette condition sera probablement satisfaite. Il est possible aussi que la charte de la compagnie stipule que les profits accumulés ne pourront d'aucune façon de dissolution, tout actif subsistant après paiement des dettes devra être distribué à une ou plusieurs oeuvres de charité reconnues au Canada.

Deuxièmement, la Loi reconnaît quatre types de charité: l'aide aux pauvres, l'aide à l'éducation, l'aide à une religion et la poursuite d'autres objectifs utiles à la communauté mais non inclus dans les trois premières

catégories. Avant d'accorder l'enregistrement, le ministère examinera les buts et objectifs du groupe afin de déterminer s'ils s'inscrivent dans l'une ou l'autre de ces catégories.

Les activités d'une oeuvre de charité doivent être axées sur le bien du public dans son ensemble ou d'une partie assez importante et aisément identifiable de ce dernier; les activités qui ne servent que les membres du groupe risqueraient de ne pas être considérées comme de véritables oeuvres de charité.

Où trouver de plus amples renseignements? Ecrire à

Service des oeuvres de charité et des sociétés à but non lucratif,
Sous-ministre du Revenu National pour l'impôt
875, Heron Road
Ottawa K1A 0L8

Après obtention de l'enregistrement, le ministère du Revenu national demandera à l'association de tenir des dossiers et des états de compte (y compris un duplicata de chaque reçu pour donation), afin de permettre la vérification des donations non imposables.

Juridiction	Compagnie sans but lucratif	Société	Coopérative
Colombie Britannique	Registrar of Companies Law Court Victoria, BC	id.	id.
Alberta	Registrar of Companies Department of Consumer Affairs 4th Floor Financial Building 10621 100 Ave. Edmonton, Alberta	id.	Director of Co-operatives Activities and Credit Union Branch Dept. of Agriculture 803 Agriculture Bldg. Edmonton, Alberta
Saskatchewan	Registrar of Joint Stock Companies 302 Legislative Bldg. Regina, Saskatchewan	id.	Registrar of Co-operatives Dept. of Co-operation 2505 11th Ave. Regina, Saskatchewan
Manitoba	Companies Branch 2nd Floor 210 Osborne St. N. Winnipeg, R3C 0V8	---	Co-operatives Branch 210 Osborne St. N. Winnipeg, R3C 0V8
Ontario	Ministry of Consumer and Commercial Relations Companies Branch 555 Yonge St. Toronto M4Y 1Y7	---	id.
Québec	Services des Compagnies Ministère des Institutions financières Hôtel du Gouvernement Québec	---	Services des Associations Ministère des Institutions financières Hôtel du Gouvernement Québec
Ile-du-Prince-Edouard	Deputy Provincial Secretary Box 2000 Charlottetown, PEI	---	Supervisor of Co-operative Union Central Lot 16 PEI
Nouveau-Brunswick	Department of the Provincial Secretary P.O. Box 430 Centennial Building Fredericton, NB	---	Registrar of Co-operative Associations P.O. Box 430 Centennial Building Fredericton, NB
Nouvelle-Ecosse	Registrar of Joint Stock Companies P.O. Box 1529 Halifax, Nova Scotia	id.	id.

Terre-Neuve	Director of Corporate Affairs Department of Provincial Affairs and Environment Confederation Bldg. St. John's, Nfld.	---	Registrar of Co-operative Societies Department of Provincial Affairs and Environment Confederation Bldg. St. John's, Nfld.
Yukon	Registrar of Companies Whitehorse, YT	id.	Registrar of Co-operatives Whitehorse, YT
Territoire du Nord-Ouest	Registrar of Companies Yellowknife, NWT	id.	Registrar of Co-operatives Yellowknife, NWT

Droit d'auteur

Comme son nom l'indique, il s'agit, fondamentalement, du droit de l'auteur à la propriété de son oeuvre. Le créateur d'une oeuvre littéraire, dramatique, musicale ou artistique détient pour une période de temps limitée (habituellement la durée de sa vie plus cinquante ans) le droit exclusif de publier son oeuvre, de la présenter en public et de la produire ou de la reproduire sous quelque forme que ce soit. Il a de plus le droit exclusif d'autoriser d'autres personnes à exécuter les actes susmentionnés ou de les empêcher de le faire sans sa permission.

Au Canada, le droit d'auteur est accordé et protégé par un statut fédéral, la Loi sur le droit d'auteur, qui constitue le chapitre C-30 des Statuts révisés du Canada, 1970. Le Canada a signé et ratifié deux conventions internationales relatives au droit d'auteur: la Convention de Berne (1928) et la Convention universelle du droit d'auteur (1962). Ces traités assurent aux artistes des pays signataires participants qui produisent ou publient une oeuvre dans un autre pays signataire participant la même protection que celle que ce dernier pays accorde à ses propres artistes.

Un artiste obtient le droit d'auteur sur son oeuvre du simple fait qu'il la crée. La loi n'exige aucun acte officiel pour obtenir un tel droit. Ainsi, les tribunaux présumeront qu'un écrivain possède le droit exclusif sur son oeuvre originale jusqu'à ce que quelqu'un d'autre puisse prouver le contraire.

La Loi sur le droit d'auteur prévoit la possibilité pour un créateur d'enregistrer sa propriété au Registre des droits d'auteur tenu par le ministère fédéral de la Consommation et des Corporations.

La procédure d'enregistrement d'un droit d'auteur est relativement simple et peu coûteuse: une demande séparée et un honoraire de \$10 chacun doivent être présentés pour l'enregistrement du droit d'auteur dans chaque oeuvre. Pour de plus amples renseignements et pour les formulaires veuillez vous adresser au: Bureau de la propriété intellectuelle, Bureau du droit d'auteur, 11^e étage, Place du Portage, Hull, Québec, K1A 0C9.

Il n'est pas obligatoire de s'enregistrer. Néanmoins, si on ne le fait pas, il est important de pouvoir prouver que l'on a créé l'oeuvre en question et à quel moment. Comme preuve, on conseille souvent de s'envoyer à soi-même une copie de l'oeuvre par courrier recommandé et de la conserver sans ouvrir l'enveloppe ou le paquet. On peut utiliser d'autres méthodes, pour faire la

preuve de la date et du droit d'auteur comme par exemple un lettre datée et signée envoyée à un ami ou collègue.

Lorsqu'un artiste canadien a acquis la protection du droit d'auteur canadien, il est automatiquement protégé dans les autres pays du Commonwealth et dans la plupart des pays d'Europe en vertu de la Convention de Berne.

La Convention universelle du droit d'auteur assure une protection automatique à toutes les oeuvres non publiées et ceci sans avis ni autre formalité. Pour qu'une oeuvre publiée soit protégée dans un autre pays en vertu de ce traité, toutes les copies de l'oeuvre doivent porter le symbole C, le nom du détenteur du droit d'auteur et l'année de la première publication. Par exemple: C Jean Ducharme 1968.

Nous avons déjà mentionné les trois droits fondamentaux rattachés au concept du droit d'auteur: le droit exclusif de publier une oeuvre non publiée, le droit exclusif de présenter une oeuvre en public et le droit exclusif de produire ou de reproduire l'oeuvre sous quelque forme matérielle que ce soit. A l'intérieur de ces droits s'en inscrivent d'autres, plus spécifiques. Le détenteur du droit d'auteur peut produire, reproduire, représenter ou publier toute traduction de l'oeuvre. S'il s'agit d'une pièce de théâtre, il a le droit exclusif de la transformer en roman ou en toute autre oeuvre non dramatique. S'il s'agit d'un roman, il a le droit exclusif de le transformer en une pièce de théâtre. Le détenteur d'un droit d'auteur sur une oeuvre littéraire, dramatique ou musicale a le droit exclusif d'en faire un disque ou un film ou toute autre chose qui permettrait à l'oeuvre d'être exécutée mécaniquement (droit mécanique). Le détenteur d'un droit d'auteur sur une oeuvre littéraire, dramatique, musicale ou artistique a le droit exclusif de la reproduire, de l'adapter et de la présenter publiquement au moyen de la communication radiophonique, sauf dispositions à ce contraire dans la Loi sur le droit d'auteur.

Toute personne désireuse d'effectuer l'une ou l'autre de ces opérations sur une oeuvre protégée par le droit d'auteur doit obtenir au préalable l'autorisation écrite du détenteur de ce droit. Toute activité non autorisée dans ce domaine est appelée violation du droit d'auteur.

Le détenteur du droit d'auteur peut intenter des poursuites judiciaires pour empêcher l'usage non autorisé de son oeuvre, et il peut généralement obtenir une

compensation en argent (dommages) de la personne qui a violé son droit d'auteur.

Comment le droit d'auteur affecte-t-il les artisans de la programmation communautaire?

Premièrement, un utilisateur des media communautaires peut souhaiter obtenir le droit d'auteur sur son oeuvre originale, afin de prévenir les déformations qui seraient à son détriment ou au détriment de l'oeuvre elle-même.

Deuxièmement, un artiste désirera protéger son oeuvre contre le programmeur communautaire.

Dans un cas comme dans l'autre il est bon d'avoir une idée précise de l'étendue de la protection qu'offre la Loi sur le droit d'auteur.

Tel qu'indiqué ci-dessus la Loi reconnaît des droits aux auteurs d'oeuvres littéraires, dramatiques, musicales ou artistiques et si un utilisateur des media communautaires entend utiliser de telles oeuvres il doit se rendre compte qu'il devra d'abord obtenir les permissions pertinentes. Ceci n'est pas vrai dans tous les cas cependant. Dans plusieurs cas, la Loi sur le droit d'auteur permet expressément à un artisan de la programmation communautaire d'utiliser les oeuvres créées par d'autres sans leur permission. Certains de ces cas sont mentionnés ci-dessous; en cas de doute on devrait consulter quelqu'un qui s'y connaît en droits d'auteur.

1. Premièrement, la Loi n'accorde sa protection que pour la durée de la vie du créateur plus cinquante ans; dans le cas des films et des négatifs la période de cinquante ans se calcule à partir de la fabrication du négatif. Toutes les oeuvres créées avant cette période sont réputées faire partie du domaine public et peuvent être utilisées sans permission. Ceci comprend la majeure partie de la musique, du théâtre, de la littérature et de la peinture dite classique et beaucoup de ce qu'il convient d'appeler matériel de nature historique.

2. De plus, on doit se demander si ce qu'on entend utiliser est bien une oeuvre littéraire ou artistique originale. La protection des droits d'auteur ne s'étend pas aux conversations "sur le champ" comme par exemple les discussions d'un panel ou les spectacles sportifs tels les parties de hockey ou de football, ou les événements d'actualité ou les "scènes de rue" tels les photos de foules dans les endroits publics, etc. Dans chaque cas, il doit y avoir une oeuvre originale écrite pour que la protection existe. Cette protection ne s'étend pas aux seules idées, mais seulement à la forme littéraire dans laquelle ces idées sont exprimées. On est donc libre d'utiliser les ou des modèles de jeu sans permission.

3. La Loi permet aussi ce qu'on pourrait appeler utilisation raisonnable de "quelque oeuvre protégée aux fins d'étude, recherche, critique, analyse de nature privée, ou aux fins d'en tirer un résumé pour un journal." Habituellement ceci peut être interprété de manière à permettre la reproduction de courts extraits d'une oeuvre, par exemple, une séquence de film, un

passage littéraire ou une scène d'une pièce lorsque ces extraits sont l'objet de critique ou d'analyse.

4. La Loi permet aussi libéralement que les oeuvres protégées soient présentées en privé sans permission. Ce n'est que lorsque la représentation se fera "en public" qu'on exigera la permission préalable. La distribution d'oeuvres aux abonnés des systèmes de câble n'est pas réputée être "en public," il s'ensuit donc que les oeuvres protégées peuvent être présentées en direct sur les canaux d'origine locale pour distribution immédiate dans les foyers et ce, sans permission préalable. Cependant, cette exception ne s'applique pas à la version enregistrée de ces oeuvres.

5. Une autre exception touche les artisans de la programmation communautaire qui se sont incorporés et enregistrés comme organisme de charité tel que suggéré plus haut. La Loi permet expressément à ces organismes de présenter sans permission des oeuvres musicales pour des fins éducatives ou charitables. Cette exception ne s'applique pas non plus aux versions enregistrées de ces oeuvres.

6. Finalement un facteur important d'un point de vue pratique, c'est que le détenteur d'un droit d'auteur doit se sentir suffisamment lésé par l'utilisation que l'on fait ou que l'on entend faire de son oeuvre pour prendre action. Un groupe communautaire sans but lucratif réalisant de la programmation sur un système de câble ne risque pas trop d'être l'objet de plainte des détenteurs des droits d'auteur. Habituellement une demande de cesser l'utilisation illégale précédera des procédures judiciaires; il est facile de satisfaire une telle demande.

DIFFAMATION

La diffamation selon la loi, est un préjudice ou, dans la province de Québec, un délit. Le préjudice ne constitue pas un crime pour lequel l'Etat impose une punition, dans le sens par exemple où le vol est un crime. C'est plutôt une faute donnant à la personne lésée le droit de réclamer des dommages—c'est-à-dire de l'argent—au responsable.

La diffamation constitue une forme particulière de préjudice: celui qui est infligé à la réputation d'une personne. Elle survient lorsque l'on publie des paroles ou des écrits contenant des imputations fausses au sujet d'une personne.

Règle générale, on détermine le caractère diffamatoire en prouvant qu'elle diminue la personne visée aux yeux des membres "bien pensants" de la société en général ou qu'elle l'expose à la haine, au mépris ou au ridicule.

Libelle et calomnie

Tous deux constituent une forme de diffamation. En général, la calomnie est une manoeuvre diffamatoire effectuée au moyen de la parole, du regard ou de certaines signes ou gestes.

Le libelle est une manoeuvre diffamatoire effectuée sous forme plus ou moins permanente: article de journal, prospectus ou livre.

Il est généralement peu pratique et souvent difficile de faire la distinction (au niveau de la permanence) entre le libelle et la calomnie qui sont publiés au moyen de la radiodiffusion. Une remarque spontanée émise dans un programme de radio et entendue par de nombreux auditeurs peut causer plus de tort à la réputation d'une personne qu'une remarque écrite dans un journal à faible tirage. De plus, les auditeurs ne peuvent faire la distinction entre la remarque écrite à l'avance (permanente) et celle faite spontanément (éphémère). C'est pourquoi de nombreuses provinces ont inclus dans leur législation une clause stipulant que les remarques calomnieuses faites sur les ondes sont considérées comme un libelle.

Il pourra être plus difficile pour une personne se plaignant d'avoir été calomniée d'obtenir des dommages que pour une personne ayant fait l'objet d'un libelle. Dans une poursuite pour libelle, le tribunal présume que le plaignant a subi un tort dès que le libelle a été établi. Dans une poursuite pour calomnie, le plaignant ne peut généralement pas compter sur cette présomption de tort: il lui faudra prouver spécifiquement que par suite de la calomnie, il a été lésé d'un avantage matériel qui peut être mesuré en termes monétaires—par exemple, qu'un employeur éventuel a refusé de l'engager parce qu'il avait été influencé par la remarque calomnieuse. Pour une personne qui se dit calomniée, il n'existe que quatre cas où elle peut s'appuyer sur présomption de préjudice: lorsqu'on l'a imputée d'un crime pour lequel la loi prévoit un châtement physique (viol), lorsqu'on l'a imputée d'une maladie infectieuse (vénérienne), lorsqu'on l'a imputée d'attentat à la pudeur sur la personne d'une femme ou d'une jeune fille, ou lorsqu'on a fait des remarques visant à la discréditer dans ses fonctions, sa profession, son métier, son commerce ou son entreprise.

Cette distinction est assez complexe et certaines juridictions l'ont éliminée. En Alberta, par exemple, la Loi sur la diffamation définit cette dernière comme étant à la fois une calomnie et un libelle et stipule que lorsque la diffamation est prouvée, le préjudice est présumé.

PUBLICATION

Pour qu'une remarque puisse être diffamatoire, il faut qu'elle soit "publiée." On appelle publication tout acte qui transmet la remarque diffamatoire à la personne à laquelle elle est destinée: parole, geste, distribution de prospectus ou autres. Il s'ensuit que la "publication" d'une matière diffamatoire est un terme plus général que la "publication" d'un livre, même si la diffamation peut tout aussi bien être publiée dans un livre ou un journal.

Une personne qui publie des imputations fausses au sujet d'une autre personne est sujette à une poursuite légale à mo décrites ci-dessous. Il peut arriver cependant que plusieurs personnes soient impliquées dans la "publication"—le directeur, le propriétaire, l'imprimeur

et le vendeur d'un journal, par exemple, ou le groupe communautaire dans son ensemble, de même que le détenteur d'une licence de télévision par câble s'ils sont tous impliqués dans un travail de programmation communautaire. Habituellement, toutes ces personnes seront passibles de poursuites dans le cas de publication d'une remarque diffamatoire, mais le plaignant pourra décider de n'en poursuivre qu'une. Ou bien, si l'une d'elles n'est pas le "premier et principal éditeur" de l'ouvrage contenant le libelle, mais n'a joué qu'un "rôle secondaire dans sa dissémination", elle pourra éviter la poursuite si elle peut prouver, soit qu'elle ignorait que l'ouvrage ait contenu le libelle, soit qu'elle ignorait que l'ouvrage fut d'un caractère susceptible de contenir un libelle et que cette ignorance n'était pas due à sa propre négligence. Cette défense s'appliquerait, par exemple, au facteur livrant une lettre dans l'exercice habituel de ses fonctions, ou au messager livrant un enregistrement, ou même à un titulaire de licence de télévision par câble présentant un enregistrement provenant de l'extérieur.

Les défenses possibles dans une poursuite pour diffamation sont les suivantes:

(1) Aucun des mots faisant l'objet de la plainte n'a été publié.

(2) Les mots ne s'appliquaient pas au plaignant, ils n'ont jamais été considérés comme s'y appliquant et il n'était pas possible de les considérer comme tels.

(3) Les mots n'avaient pas la signification diffamatoire qu'on leur a attribuée, ils n'ont jamais été considérés comme ayant cette signification et il n'était pas possible qu'ils aient une telle signification.

(4) La publication des mots avait été autorisée par le plaignant ou effectuée avec son consentement.

(5) Justification: Bien qu'un plaignant n'ait pas à prouver que les mots dont il se plaint soient faux, la personne qui les a publiés peut se défendre en prouvant qu'ils sont vrais. La véracité d'une remarque constitue une défense complète dans une poursuite pour libelle ou calomnie. La personne qui a émis la remarque devra prouver l'exactitude de tous les termes qui la composent et montrer que les faits étaient exacts—et non simplement qu'elle croyait qu'ils l'étaient.

(6) Privilège absolu: Dans certaines situations, on peut juger plus important de créer une atmosphère dans laquelle tous les détails d'une question seront révélés plutôt que de protéger la réputation d'un individu. On dit que ces situations sont protégées par le privilège absolu: les remarques qui sont émises dans de tels cas ne peuvent faire l'objet d'une poursuite en diffamation. Le privilège absolu s'applique aux cas suivants: les déclarations qui sont faites dans le cadre de procédures judiciaires ou quasi-judiciaires; le reportage juste et exact, dans les journaux, de procédures judiciaires entendues publiquement; les déclarations d'une personne à une autre, au cours de l'exercice d'une fonction officielle; les déclarations faites au cours

des procédures parlementaires; les déclarations contenues dans les rapports des travaux législatifs; et les déclarations entre l'avocat et son client.

(7) Privilège conditionnel: Si le privilège absolu a été institué pour permettre une meilleure réalisation de certaines fonctions sociales, le privilège conditionnel, quant à lui, s'adresse à l'individu et doit lui permettre de mieux réaliser certains devoirs ou certains intérêts particuliers. Dans le privilège conditionnel, une personne qui dit ce qu'elle croit être la vérité au sujet d'une autre est protégée par cette déclaration honnêtement et sans aucun motif indirect ou malséant.

Lorsque, par exemple, une personne est dans l'obligation légale, morale ou sociale de faire une déclaration et que la personne à laquelle elle en fait part est tenue pour les mêmes raisons de l'accepter, la déclaration est protégée. Quiconque donne des références au sujet d'un ancien employé s'inscrit dans cette catégorie, de même qu'une personne mettant un membre de sa famille en garde contre le caractère d'une tierce personne avec qui son parent est en relation. Les déclarations touchant la mauvaise conduite de personnes occupant des postes de commande, si elles s'adressent aux autorités compétentes, sont également protégées.

Les déclarations qu'une personne fait pour se défendre, lorsque son propre intérêt est en jeu, peuvent aussi être protégées. Une personne attaquée dans la presse, par exemple, a le droit de réfuter l'accusation; toute remarque diffamatoire qu'elle pourrait émettre lors de cette réfutation est protégée par le privilège conditionnel, à condition toutefois que la remarque se borne à répondre à l'attaque et ne constitue pas en elle-même une nouvelle agression.

(8) Commentaire impartial: Les paroles qui présentent un commentaire impartial sur une question d'intérêt public sont également protégées. Cette défense, qui peut être utilisée par les citoyens en général autant que par les journalistes, est assez vaste. Elle constitue d'ailleurs la défense la plus efficace pour les artisans de la programmation communautaire qui désirent commenter les affaires locales.

Pour être protégée à titre de commentaire impartial, une déclaration doit tout d'abord constituer un commentaire dans le sens le plus strict. Si les mots contiennent des allégations de faits, la personne qui les prononce doit pouvoir prouver qu'ils sont exacts. Le mieux est d'énoncer d'abord les faits sur lesquels se base la déclaration et de les commenter ensuite.

Il faut ensuite que le commentaire soit impartial. Il lui faut alors remplir les conditions suivantes: il doit se baser sur des faits rapportés exactement tels qu'ils sont, il doit constituer une expression honnête de l'opinion réelle de la personne qui l'émet et il ne doit pas laisser supposer l'existence de motifs malhonnêtes chez la personne dont on critique la conduite, à moins que ces motifs ne soient corroborés par les faits.

Il faut enfin que le commentaire porte sur des faits d'intérêt public. Les commentaires relatifs à quelque querelle privée, aussi passionnants qu'ils puissent être, ne seraient probablement pas considérés comme étant d'intérêt public, bien qu'il existe une grande latitude dans ce domaine. Voici quelques exemples:

La conduite publique d'une personne qui a ou qui cherche à obtenir une fonction publique ou un poste de confiance.

Les affaires d'Etat—politique gouvernementale, bien-fondé de la nomination à un poste public.

L'administration de la justice, sauf lorsqu'une cause est entendue.

L'administration des institutions publiques, hôpitaux, par exemple.

Tout ouvrage littéraire ou artistique présenté au public.

Tout ce qui peut être considéré comme invitant les commentaires ou soulevant l'attention publique—la prétention d'être l'homme le plus âgé du monde, par exemple, ou une lettre au directeur d'un journal.

(9) Accord et satisfaction: On est assuré d'une bonne défense contre toute poursuite ultérieure lorsque la personne qui s'est sentie lésée consent à accepter des excuses en guise de réparation et lorsque ces excuses sont publiées par la personne qui a émis les remarques jugées désobligeantes. Ceci s'applique aussi lorsque le plaignant s'est engagé par écrit à décharger l'autre personne de toute responsabilité.

Assurance contre le libelle et la calomnie

Il est possible de s'assurer contre les pertes financières qui découlent des réclamations faites par des personnes se prétendant lésées par une émission. Le coût de cette assurance dépendra des facteurs suivants: le nombre de spectateurs qui sont abonnés au système de télévision par câble, le montant d'assurance que l'on choisira et le nombre d'heures de transmission par semaine.

Très souvent, le titulaire de licence avec qui vous faites affaire pourra vous fournir le nom d'un agent ou d'une compagnie qui offre ce genre d'assurance. Dans certains cas aussi, le titulaire de licence exigera que l'on obtienne une assurance avant d'entreprendre une programmation sur une échelle importante. Par exemple, une entente signée en avril 1972 entre *Gagnon T.V. Ltée* et la *Télévision communautaire de Saint-Félicien* stipulait que le groupe s'assurait contre les réclamations pouvant découler de déclarations diffamatoires émanant d'émissions produites par le groupe et télévisées par *Gagnon*. L'assurance devait être contractée au nom du groupe et en celui de l'entreprise et la prime payée par le groupe.

Les installations techniques de la radio communautaire

Doug Baer

Les possibilités de la radio

La radio est peu coûteuse comparativement à la télévision. Les coûts d'installation d'une station de radio, comprenant deux ou trois studios entièrement équipés et des appareils portatifs, sont sensiblement les mêmes que ceux de l'installation d'un bon studio professionnel vidéo muni de deux caméras. De plus, l'équipement vidéo est techniquement plus complexe; son entretien est donc plus onéreux que celui des appareils audio. Même si l'utilisation de la radio est financièrement plus avantageuse, les possibilités de ce medium dans la programmation communautaire doivent être étudiées plus à fond.

MISE EN VALEUR DU POTENTIEL ARTISTIQUE LOCAL

La radio et la télévision n'ont pas encore réalisé leur potentiel dans le domaine de la mise en valeur des talents artistiques locaux. Chacun a certainement un rôle important à jouer dans la promotion de la création canadienne, que ce soit la musique, le théâtre, la littérature ou le cinéma.

Grâce au matériel dont elle dispose actuellement, la radio peut facilement diffuser de la musique interprétée par des musiciens locaux. Point n'est besoin, pour ces émissions, de compter sur d'importantes compagnies de disque pour faire les enregistrements. La plupart des stations communautaires dispose de matériel qui permet d'enregistrer presque toutes les catégories de groupes de musiciens. Les magnétophones utilisés en radiodiffusion sont beaucoup moins perfectionnés que les magnétophones à plusieurs pistes employés dans l'industrie de l'enregistrement. Cependant, les appareils d'enregistrement utilisés à la radio peuvent donner des reproductions fidèles de la musique.

Une station de radio peut toucher beaucoup de monde et jouer un rôle important dans la promotion de talents musicaux. Avec l'enregistrement d'une bande, chaque pièce musicale (une demi-heure maximum, soit la durée d'une face d'un long jeu) peut être repiquée sur une cartouche. Cette cartouche peut être utilisée dans la programmation de la même façon qu'un disque. L'opérateur n'a qu'à l'insérer dans le lecteur et appuyer sur un bouton, ce qui est plus facile que de repérer le début de plage d'un disque. Il devient donc possible de constituer une collection complète de cartouches contenant les enregistrements des talents musicaux locaux.

Etant donné l'importance de l'aspect visuel au théâtre, la télévision semble être plus appropriée à ce mode d'expression que la radio. Cependant, de nombreuses pièces peuvent être adaptées pour la radio. Il est généralement impossible d'enregistrer pour la radio ou

pour la télévision les représentations de pièces théâtrales présentées sur scène, à cause des problèmes d'éclairage et de micros, mais il est possible d'enregistrer des pièces en studio. Il est plus facile de faire connaître les écrivains locaux à la radio qu'à la télévision. On peut par exemple lire des nouvelles ou des extraits de romans.

La radio et la télévision (mais peut-être cette dernière à un degré moindre) peuvent présenter une revue de la littérature, de la musique, du théâtre ou du cinéma en y incluant les manifestations artistiques locales.

EMISSIONS EN DIRECT

Selon certains radiodiffuseurs communautaires, les limitations inhérentes à la radio réduisent parfois son efficacité quoiqu'il existe tout de même de nombreuses possibilités. Par exemple, les lignes téléphoniques de liaison radiophonique les transmetteurs-relais en MF permettent de diffuser en direct des reportages sur les événements communautaires. Le coût de la présentation vidéo en direct rend cette opération peu pratique bien que l'on puisse enregistrer un événement pour le diffuser en différé.

Les techniques audio permettant la diffusion en direct offrent des possibilités très intéressantes. La radiodiffusion d'une assemblée publique peut à la fois servir à informer le public des travaux de cette assemblée et inciter les membres de la communauté à y assister. La même remarque s'applique aux concerts qu'il est facile de diffuser en direct à la radio.

Les appareils de relais peuvent permettre de diffuser des émissions en provenance de différents lieux dans la communauté. Par exemple, on peut installer un studio à l'usage des étudiants d'une école ou d'une université. Le même type d'installation peut se faire un peu partout dans la communauté, allant des salles de réunions syndicales jusqu'aux bureaux du gouvernement.

LA RETROACTION: LE TELEPHONE

La téléphone offre au radiodiffuseur communautaire un moyen incomparable pour rejoindre la communauté. Les émissions de ligne ouverte de la radio conventionnelle commencent à exploiter ce potentiel. Nombre de discussions à la radio pourraient être élargies en faisant participer l'ensemble de la communauté. Les fonctionnaires des gouvernements locaux pourraient utiliser les ondes, non seulement pour véhiculer leurs opinions, mais aussi pour prendre connaissance de celles des citoyens; ce principe s'applique aussi à plusieurs organismes qui traitent avec le public.

Équipement

Les récents progrès de l'industrie audio-visuelle permettent à des personnes inexpérimentées de faire elles-mêmes un travail de production. Dans le domaine de l'audio, nous décrivons les divers circuits automatiques. Des circuits semblables ont été mis au point pour les magnétoscopes non-professionnels, même s'ils n'existent pas sur les appareils vidéo très perfectionnés de la télévision professionnelle. L'équivalent, en termes de vidéo, des nouveaux appareils audio—tels les magnétoscopes à cassette—exigent une certaine somme de connaissances techniques pour en assurer un bon fonctionnement.

Les délais de production sont considérablement plus longs pour la télévision que pour la radio. Les délais de production comprennent le temps qu'une personne consacre à la conception de son émission, aux décors, aux éclairages (dans le cas de la télévision), au montage, etc. *Wired World* de Kitchener, Ontario, a utilisé pendant longtemps le matériel vidéo en même temps que l'équipement audio et a trouvé que les émissions en vidéo étaient beaucoup plus longues à produire (ceci étant partiellement dû aux difficultés de montage avec les appareils demi-pouce qu'ils employaient). Ce groupe a pu constater que les membres de la communauté perdent leur enthousiasme si la réalisation de l'émission exige plus de trois ou quatre heures pour chaque heure d'émission. Ceci explique que les utilisateurs du vidéo constituent des groupes restreints; seuls participent ceux qui éprouvent un intérêt très sérieux pour la télévision. Le cas de la radio est assez différent: il semble qu'un plus grand nombre d'individus désire non seulement participer aux émissions mais aussi accomplir des opérations techniques moins complexes que pour le vidéo.

De nombreuses personnes sont intimidées par l'équipement technique. Le microphone, par exemple, peut rendre certains participants très nerveux. Il faut dire cependant qu'il est possible d'aménager un studio en salle de séjour avec des microphones et un mélangeur de petite taille. Ce type d'arrangement est beaucoup plus simple à réaliser pour la radio, car la télévision la requiert un éclairage puissant donnant au studio une apparence "anormale." En outre, devant les caméras, la plupart des gens s'inquiètent de leur apparence physique. Néanmoins, la simple présence d'appareils techniques est souvent cause d'inhibition chez certaines personnes, que ce soit à la télévision ou à la radio.

Entretien des appareils

L'entretien des appareils peut constituer un des graves problèmes des entreprises de diffusion communautaires. Le matériel radio est cependant moins vulnérable que les appareils vidéo. Un bon technicien en électronique peut facilement détecter et réparer les pièces défectueuses.

La bonne marche des appareils dépend de révisions régulières et d'un bon entretien. Tous les appareils

d'enregistrement (vidéo ou audio), tels les magnétophones à bobines ou à cassette, doivent avoir leurs têtes (enregistrement et lecture) alignées régulièrement si l'on veut obtenir de bons résultats. Les alignements de l'équipement audio sont sensiblement plus faciles à faire et sont moins fréquents. Il faut vérifier tous les appareils audio aussi bien que vidéo, une fois par semaine et même une fois par jour.

Trouver les spécialistes nécessaires pourra s'avérer difficile. Les ingénieurs ne sont pas tentés par les travaux d'entretien (surtout dans le domaine de la radio) qui ne laissent peu de place à l'invention. Aussi est-il parfois difficile pour un radiodiffuseur communautaire de mettre la main sur des personnes compétentes. Il existe une solution, mais elle est onéreuse: de nombreux ingénieurs ont créé des compagnies privées qui travaillent à contrat pour les radiodiffuseurs. Il est difficile de savoir si les futurs progrès techniques apporteront une solution à ce problème. Les appareils pourraient être constitués de modules de manière à permettre à des personnes n'ayant pas de formation technique de localiser le module défectueux qui pourrait alors être renvoyé au fabricant (en théorie, plusieurs modules, par exemple dans un mélangeur, seraient similaires et l'on pourrait en avoir toujours un ou deux de rechange). Malheureusement, cette solution ne conviendrait pas aux appareils qui ne sont pas purement électroniques: les magnétophones ou les tables tournantes ont des parties mécaniques et des raccords qui ne peuvent être groupés dans des modules.

Équipement radio: notions de base

Tous les radiodiffuseurs vous le diront: un studio peut être réduit à peu de chose. Ce peut être le trottoir de la rue principale avec, pour tout équipement, un magnétophone à cassette tout comme ce peut être une salle parfaitement insonorisée avec mélangeur à vingt canaux et d'énorm l'enregistrement de la musique.

Même si l'on accorde aujourd'hui beaucoup d'importance aux magnétophones à cassette et aux appareils portatifs, un studio permanent est nécessaire afin de diffuser des émissions en direct ou de produire des enregistrements de qualité acceptable si vous songez à diffuser des émissions sur les stations de radio existantes, ou évidemment, si vous avez obtenu une licence de radiodiffusion communautaire. Un studio moyen, comportant ce que l'industrie qualifie d'équipement professionnel de radiodiffuseur, peut coûter aussi peu que \$4,000.¹

Une des grandes difficultés de la planification d'un futur studio est de trouver exactement quel est l'équipement nécessaire (soit savoir distinguer entre l'indispensable et l'accessoire). Cette planification dépendra en grande partie de son usage: sera-t-il consacré aux émissions en direct, ou se spécialisera-t-il dans la production de bandes? Un studio qui ne ferait que produire des bandes doit avoir un équipement d'aussi bonne qualité qu'un studio pour émissions en direct, mais il est évident qu'un studio de diffusion en direct a des

exigences supplémentaires: on ne peut arrêter la bande sur laquelle est enregistrée l'émission pour présenter un autre disque, il faut que le second disque soit prêt à être mis en ondes avant même que le premier soit terminé. Il est donc nécessaire de posséder deux tables tournantes. Un studio d'enregistrement pourrait aussi comprendre deux tables tournantes bien qu'il ne soit pas essentiel d'en avoir plus d'une.

TABLES TOURNANTES

La radio communautaire diffuse moins d'émissions musicales que les stations conventionnelles, elle ne requiert donc pas un aussi grand nombre de tables tournantes, n'est-ce pas? Faux. Les intermèdes musicaux entre chaque segment d'une discussion facilitent souvent l'audition; ils donnent le temps de réfléchir à ce qui vient d'être dit. Rares sont les émissions communautaires qui ne nécessitent pas une pause, ne serait-ce que pour combler un bref battement entre la fin d'une émission et le début d'une autre. Eu outre, les collectionneurs et les musicologues de l'endroit pourront demander d'être pris en considération.

Toute table tournante qui n'est pas conçue en fonction des besoins de la diffusion ne peut résister à l'usage intensif qu'implique la radio; les tables tournantes utilisées en radiodiffusion doivent être continues ou, pire encore, être arrêtées et remises en marche constamment.

La cartouche magnétique permet de transformer l'impulsion mécanique reçue par le diamant en signal électrique. La cartouche magnétique professionnelle diffère considérablement des modèles ordinaires, si ce n'est que par la solidité de sa construction. Eu outre, que les disques doivent être réculés pour que la cartouche magnétique soit amenée au point exact de départ. Malgré tout, certaines cartouches magnétiques de "qualité radiophonique" ne peuvent résister aux épreuves qu'elles doivent subir. Le repérage des disques est l'unique moyen de diffuser une émission dont les diverses parties se succèdent sans périodes de flottement; on l'utilise constamment dans les stations diffusant de la musique populaire afin de bannir les temps morts.

Il existe sur le marché une grande variété de tables tournantes pour usage radiophonique. Leur prix varie entre \$250 et \$500, bras et cartouches magnétiques non compris (\$100 de plus). La base s'acquiert aussi séparément. Ce meuble peut néanmoins être construit par un menuisier en une demi-journée moyennant \$40 de matériel.

MAGNETOPHONES

La majorité des installations de production nécessite deux magnétophones. Il est possible d'émettre avec un seul, mais si cet équipement doit aussi servir à l'enregistrement, on doit absolument disposer d'un second appareil.

Il existe une alternative mais elle est peu pratique: il s'agit d'assembler les bandes par collage. Au lieu de

faire passer le contenu d'un premier ruban sur un second (d'un magnétophone à un autre), procédé appelé "ré-enregistrement", le collage consiste à faire un montage des bandes en les coupant afin d'éliminer les parties non-désirées pour ensuite assembler par collage des éléments choisis. Ce procédé entraîne beaucoup de pertes. La méthode plus simple du ré-enregistrement élimine la perte de centaines de pieds de ruban. En outre, les rubans résistent plus longtemps lorsqu'ils ne sont pas recollés. La plupart des studios de production utilisant le "montage mécanique" (lames de rasoir et ruban adhésif) pour travailler sur les rubans définitifs ne le font qu'après avoir effectué un premier montage en utilisant la méthode du ré-enregistrement.

Les magnétophones non-professionnels sont à déconseiller, car ils se détériorent rapidement. Cependant, il y a sur le marché un grand nombre de magnétophones "semi-professionnels" (coûtant environ \$800 à \$1,400) qui font un travail tout aussi convenable que des magnétophones spécialement conçus pour la radiodiffusion (ceux-ci coûtant de \$2,000 à \$3,500).

La plupart des magnétophones non-professionnels enregistrent sur quatre pistes, tandis que le matériel de diffusion utilise généralement une ou deux pistes (voir le schéma 1).

En général, les bandes à piste simple ou double sont préférables parce qu'elles rendent les opérations de montage plus faciles. De plus, elles sont compatibles avec presque tous les magnétophones de qualité "radiodiffusion", ce qui est important s'il y a échange des rubans magnétiques. Enfin, le signal est en général de meilleure qualité. La plupart des appareils semi-professionnels possèdent quatre pistes mais sont aussi disponibles en modèles deux pistes.

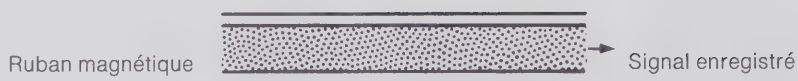
Si la programmation émane des membres de la communauté, il est possible que certaines personnes veuillent enregistrer des rubans sur leur propre magnétophone, mais c'est assez rare; le plus souvent, les gens empruntent le matériel de la station même si cette dernière est à court d'appareils et s'ils doivent attendre. Cependant, il serait utile de disposer de matériel pouvant diffuser les bandes à quatre pistes enregistrées à l'aide de magnétophones amateurs. Sur ce point, les diffuseurs de radio communautaire adoptent en général une formule de compromis: aux cinq ou six magnétophones professionnels à une ou deux pistes, ils ajoutent un magnétophone semi-professionnel à quatre pistes.

Note: Les magnétophones à deux pistes sont généralement utilisés pour les signaux stéréo dans une seule direction, bien qu'il soit possible de faire voyager chacun des deux signaux enregistrés dans des directions opposées pour deux signaux mono. Il est possible d'obtenir d'autres éléments optionnels. Par exemple, les magnétophones conçus spécialement pour les studios de musique peuvent avoir huit, seize pistes ou même plus.

Le magnétophone est un des appareils les plus complexes d'un studio. Si l'on pense qu'il faudra initier un grand nombre de personnes à son fonctionnement, les

Schéma 1

1. Enregistrement sur piste unique—magnétophone de radiodiffusion (monoral)



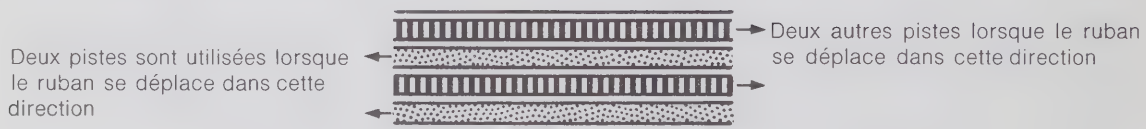
Le ruban ne se déplace que dans une seule direction pour l'enregistrement et la reproduction.

2. Enregistrement sur piste double—magnétophone de radiodiffusion (stéréophonique)



Peut soit comprendre deux enregistrements distincts, ou les deux pistes d'un même enregistrement fait en stéréophonie

3. Enregistrement sur piste quadruple, utilisé pour les magnétophones domestiques



les bobines doivent être retournées sur l'autre face, ce qui permet au ruban de se déplacer dans une direction différente

appareils devront être aussi simples que possible. Il faudra éviter tout bouton ou levier superflu. Il est cependant important de disposer d'un système de repérage (haut-parleur témoin), car il permet d'amorcer la lecture de la bande précisément au point voulu. Ceci est important au moment du montage. Il faut étudier aussi les différents modes de chargement et d'embobinage; bien des gens éprouvent des difficultés avec les appareils de tous genres, même ceux qui sont relativement faciles à charger.

Très souvent, lorsqu'il s'agit d'une installation permanente dans un studio, la plupart des commandes sont réglées une fois pour toutes. Pour éviter toute erreur, on peut installer un petit couvercle de plastique sur ces boutons. Ainsi, le nouveau venu n'aura pas à les manipuler même s'il le désirait. On peut aussi lui dire tout simplement que les réglages ont été établis de façon permanente et que point n'est besoin de toucher aux commandes. Celles-ci comprennent entre autres: la commande du niveau de modulation à l'enregistrement, la commande du niveau de modulation à la reproduction, etc.

MICROPHONES

Il est possible de trouver, pour moins de \$100, des microphones pour la radiodiffusion qui sont exceptionnellement résistants et donnent un signal de bonne qualité. Un des plus récents est le micro électrostatique qui est un peu plus cher mais plus sensible que les microphones standards. Avec un tel microphone, même si l'orientation n'est pas parfaite, on est toujours assuré d'un signal de bonne qualité.

La mise en place des microphones est une opération des plus délicates. Elle est toujours intimidante pour les participants et pose des problèmes exaspérants aux opérateurs inexpérimentés.

En général, les microphones doivent être placés tout près de la bouche (de 4 à 6") afin d'éviter les bruits de fond. Malheureusement, la proximité du micro intimide les participants inexpérimentés. De plus, ceux-ci tournent souvent la tête durant la conversation, modifiant ainsi la distance entre leur bouche et le microphone. Deux appareils peuvent remédier à cet inconvénient: les microphones électrostatiques et les commandes automatiques du gain. Les microphones électrostatiques n'ont pas besoin d'être placés aussi près; ils sont moins sensibles aux bruits de la respiration et font subir moins de distorsion aux sons dont le volume est plus élevé. Les commandes automatiques du gain compensent les changements de position de la personne qui parle en ajustant automatiquement l'intensité de tous les sons qui entrent dans le mélangeur; ils remplacent un technicien spécialisé.

Les microphones ont souvent un dispositif contre le vent, nécessaire si on utilise les microphones à l'extérieur; sans eux, l'effet du vent sur le diaphragme du micro produit un bruit irritant. Un morceau de caoutchouc-mousse collé sur le microphone peut remplacer ce dispositif jusqu'à un certain point, mais il tend à

assourdir le son. La plupart des microphones électrostatiques doivent être branchés sur une source électrique distincte; ils sont donc généralement peu pratiques pour le travail à l'extérieur.

MELANGEURS

Le mélangeur est un élément-clé de l'équipement de studio. Il est possible d'y brancher divers appareils comme les tables tournantes, les magnétophones et les microphones. Il permet à l'opérateur de contrôler l'intensité du son d'une source par rapport à une autre (équilibre) ainsi que le niveau global (intensité). L'équilibre est très important en radio. Si deux personnes discutent ensemble et si l'une d'elles est plus près de son micro que l'autre, la voix de la première couvrira l'autre. Il est possible de compenser ce déséquilibre en ajustant la commande de volume d'entrée de chaque microphone. L'intensité globale du signal est aussi très importante, pour une émission enregistrée comme pour une émission diffusée en direct. Dans les deux cas, il y a *un niveau optimal du signal* en raison de la nature même des magnétophones et des appareils de transmission. Si le signal dépasse ce niveau, des distorsions se produisent; si le signal est beaucoup moins puissant, le bruit de fond (un sifflement) devient plus perceptible. L'indicateur du mélangeur indique à l'opérateur le niveau exact du signal qu'on enregistre comparativement au niveau optimal qu'on ne doit pas dépasser.

Un simple mélangeur à quatre entrées, de qualité radiophonique, pouvant être alimenté par quatre microphones et pouvant les combiner à diverses intensités pour ensuite alimenter un magnétophone portatif ou même un appareil à cassette, coûte plus de \$100. Par ailleurs, l'équipement d'un studio de diffusion doit comporter au minimum un mélangeur possédant cinq ou six entrées dont le coût est approximativement \$1,000 ou \$1,500. Cet appareil pourra être alimenté simultanément par les signaux de deux tables tournantes, deux magnétophones et de deux microphones.

A l'exception des modèles simples, la plupart des mélangeurs ont un canal de repérage (voir schéma 2).

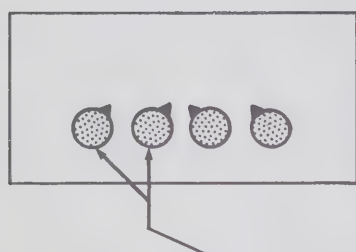
Il permet à l'opérateur d'écouter un signal sans le faire passer en ondes; ainsi il peut placer un disque ou une bande au point de départ, pendant qu'un autre disque ou bande est en ondes. Parfois, on a recours à un petit haut-parleur; à d'autres occasions on alimente avec le "signal de repérage" les écouteurs que porte l'opérateur. Pour un débutant, le système de repérage des divers signaux est probablement l'aspect le plus compliqué du mélangeur et la plupart des fabricants n'ont rien fait pour simplifier ce système.

L'opérateur dispose de moyens variés pour mettre le magnétophone ou la table tournante dans une position de repérage, afin d'entendre le signal sans le diffuser. Lorsqu'un appareil est en position de repérage, il est contrôlé par une commande de volume de repérage séparée. Ceci peut prêter à confusion, car si cette commande est reliée à un haut-parleur distinct pour le

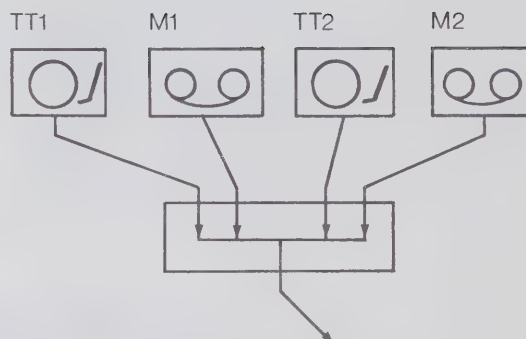
Schéma 2

Deux méthodes de brancher quatre sources sonores

1. Méthode conventionnelle (préférable)

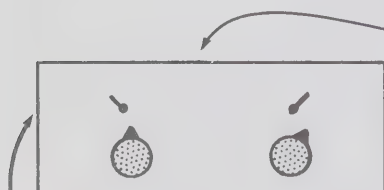


Une commande de niveau sonore pour chacune des sources

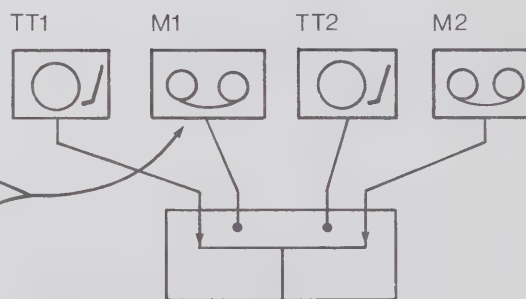


Vers sortie-émission (enregistrement ou mise en ondes) ou vers le système de repérage

2. Méthode du jumelage (d'usage courant mais non recommandée)



Sélecteur déterminant quelle source sonore sera commandée par le bouton de niveau sonore



Vers sortie émission (enregistrement ou mise en ondes) ou vers le système de repérage

L'appareil non sélectionné ne peut être utilisé comme source sonore pour la mise en onde ou le repérage

repérage, l'opérateur peut entendre en même temps le signal diffusé et le signal venant de l'appareil en position de repérage. Les professionnels diront que cela permet à l'opérateur de toujours entendre le son diffusé même lorsqu'il prépare le prochain disque ou la prochaine bande. Cependant, les amateurs sont souvent déroutés en entendant deux sons en même temps.

Le repérage décrit ici est surtout nécessaire pour les studios qui diffusent en direct; il l'est moins pour les studios qui ne font que des enregistrements.

Souvent, les mélangeurs sont conçus de telle façon que l'on puisse brancher plusieurs appareils sur une même commande de niveau sonore, ces appareils ne fonctionnant pas tous en même temps.

Ce raccord permet des économies en réduisant le nombre de potentiomètres nécessaire, mais accroît aussi la confusion du débutant. La meilleure solution est encore d'avoir pour chaque opération une seule commande de niveau, si elle est financièrement possible.

Certains mélangeurs plus complexes peuvent produire plusieurs émissions en même temps ("système multi-émissions" ou "circuits radiophoniques"). Ces mélangeurs sont parfaits pour les diffuseurs professionnels qui désirent qu'un même opérateur produise simultanément des émissions. Cependant, ils ne font que compliquer la tâche d'un débutant. Les appareils à plusieurs circuits de mise en ondes ne sont pas très utiles en radio communautaire.

COMMANDE AUTOMATIQUE DE GAIN

Récemment, des dispositifs de réglage automatique du niveau sonore des canaux de microphone ont été ajoutés aux mélangeurs. Ce dispositif intensifie le volume lorsqu'il y a des passages faibles et le diminue aux moments de forte intensité. Il remplace un expert. Le réglage manuel présente cependant des avantages; il permet de donner plus de relief aux sons; mais il est préférable qu'un opérateur inexpérimenté n'ait qu'à appuyer sur un bouton pour mettre le microphone en ondes et qu'il oublie ensuite les variations de niveau. (Il est possible de fabriquer des circuits à mi-chemin entre la commande automatique et manuelle; ces circuits ressemblent à des commandes manuelles, mais ils ont des circuits de commande automatique qui "contrôlent" l'opérateur.) Si on utilise un mélangeur portatif sans système de repérage pour enregistrer ou relayer une réunion publique ou un concert en direct, même les techniciens les plus qualifiés auront de la difficulté à ajuster les niveaux; un mélangeur pouvant régler automatiquement les niveaux sonores est donc souhaitable.

Des mélangeurs-compresseurs portatifs et peu dispendieux (entre \$550 et \$1,000) font leur apparition sur le marché. Ces mélangeurs peuvent être utilisés pour enregistrer une émission sur magnétophone ou pour

relayer une émission sur une ligne téléphonique de liaison radiophonique afin de la mettre en ondes.

APPAREILS A CASSETTE

De plus en plus, les stations de radio utilisent des magnétophones à cassette pour des entrevues ou de brefs enregistrements non musicaux (c'est-à-dire, des enregistrements autres que ceux de réunions ou de discussions de longue durée). Les magnétophones à cassette sont un peu plus bruyants (bruits de fond) que les magnétophones à bobines; mais la qualité de l'enregistrement des modèles les plus coûteux (\$100 à \$150) est acceptable. De plus, et c'est là le point le plus important, presque tout le monde sait utiliser un magnétophone à cassette. Certains appareils plus perfectionnés possèdent une commande automatique de gain incorporé, qui en facilite l'utilisation.

Dans bien des cas, il est possible d'améliorer la qualité des enregistrements en branchant un microphone de qualité radiophonique sur un magnétophone à cassette dont le microphone est en général de moins bonne qualité que l'appareil lui-même; l'emploi d'un meilleur microphone améliore considérablement l'enregistrement.

Un des problèmes importants des appareils à cassette est celui des piles. Les piles doivent être vérifiées souvent (la plupart des appareils ont un indicateur de l'état des piles). Le recours au courant-secteur peut éliminer ce problème lorsqu'il est possible de brancher la magnétophone (les appareils à cassette de qualité peuvent fonctionner sur secteur).

Les appareils à cassette rendent le montage difficile. Il s'opère souvent en effectuant une copie de l'enregistrement initial avec un magnétophone à bobines utilisé ensuite pour le montage.

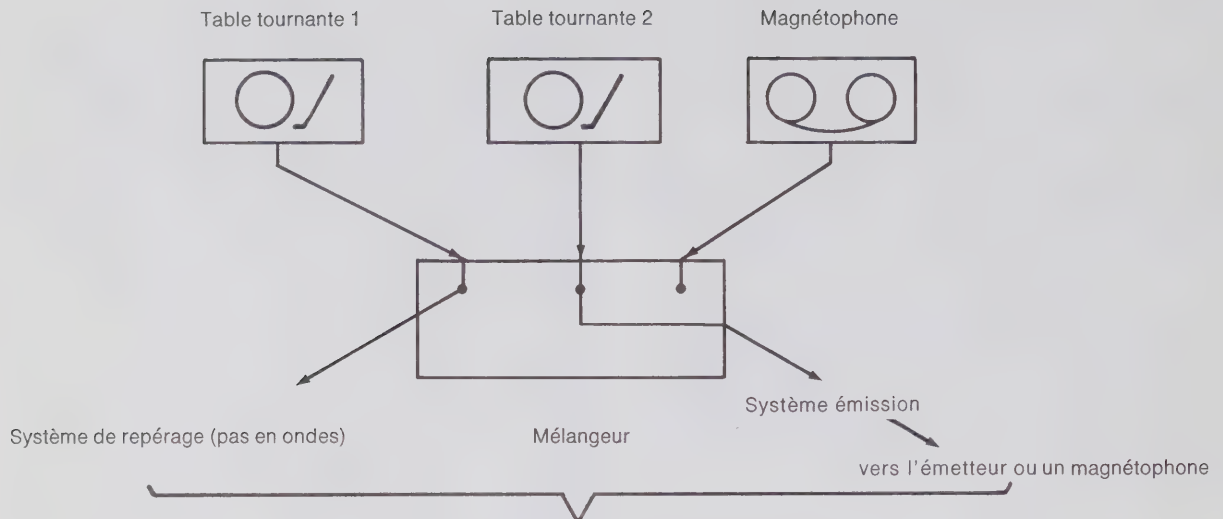
APPAREILS A CARTOUCHE

Les appareils à cartouche sont coûteux (\$1,500 pour un appareil enregistreur-lecteur; \$900 pour un appareil lecteur). Si l'on ne tient pas compte du facteur financier, ils sont très pratiques. Avec un appareil à cartouche, l'utilisateur insère une cartouche et appuie sur un bouton (pas de bande à insérer; la cartouche s'arrête automatiquement à la fin; comme la cartouche contient une bande en cercle fermé, la "fin" est aussi le commencement, ainsi la bande peut être ré-utilisée immédiatement sans qu'on ait à la rebobiner ou à la remettre en place). Les stations de radio conventionnelles utilisent des cartouches pour enregistrer et diffuser les messages publicitaires. Faciles à manipuler, ils s'adaptent à tout, aux annonces, aux effets sonores, à la musique enregistrée, etc.

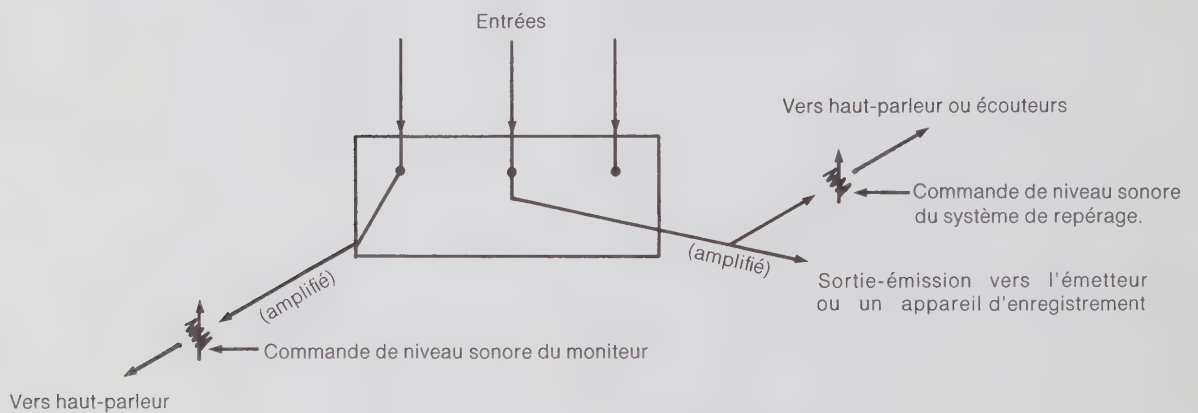
TELEPHONES

Le téléphone est un appareil important de l'équipement d'une station de radio. La compagnie de téléphone loue un appareil d'interconnexion qui permet de brancher une ligne téléphonique à un mélangeur. Toute personne

Schéma 3



La table tournante 2 fait tourner le disque qui est en ondes. L'opérateur peut se préparer à faire jouer un disque sur la table tournante 1 en l'écoutant sur le système de repérage



Les commandes de niveau sonore du système de repérage et du moniteur n'influent pas sur le signal "sortie-émission"

en studio peut parler à un correspondant de l'extérieur et l'entendre dans ses écouteurs. Ce dispositif peut aussi être fabriqué; il suffit simplement de louer une ligne de conférence téléphonique. Plusieurs lignes peuvent être installées avec l'appareil d'interconnexion qui permet à deux personnes ou plus de participer à la discussion.

EMETTEURS

Peu de groupes communautaires ont besoin de connaître les caractéristiques des émetteurs; nous ne donnerons qu'une brève description de leur fonctionnement. La majeure partie de cette description s'applique à toutes les stations de radio et vous donnera un aperçu du fonctionnement de votre station locale. Un émetteur MF coûte au minimum \$3,000 (appareil à très faible puissance). Sa portée varie en fonction de la qualité et de la hauteur des antennes. L'accroissement de la hauteur et/ou de la puissance de l'émetteur augmente la portée du signal.

Un émetteur de dix à quarante watts, avec une antenne située à 100 pieds au-dessus du niveau moyen d'une région, peut émettre un signal de bonne qualité sur un rayon d'environ 2.5 milles. Cet émetteur coûte \$3,000 et les antennes \$1,000. Un émetteur de 250W, avec une antenne de 100 à 150 pieds, émet un signal de bonne qualité sur un rayon de sept milles (note: la distance exacte dans chaque direction dépend de la configuration du terrain). Cet émetteur coûte environ \$7,500 et les antennes \$1,000. Un émetteur de 3,000W coûte environ \$14,000; les antennes environ \$2,000. Si les antennes sont montées à 300 pieds au-dessus du niveau du sol, le signal couvre environ vingt milles. (Ces chiffres ne sont donnés qu'à titre indicatif.) Il est possible d'accroître la qualité (nombre de sections) de l'antenne et de diminuer la puissance de l'émetteur sans changer la portée; un émetteur de 1,000W avec trois sections possède à peu près la même portée qu'un émetteur de 3,000W avec seulement une section. En outre, on peut diminuer la puissance de l'émetteur si on augmente la hauteur de l'antenne. Un émetteur de 40W avec antenne de 300 pieds de hauteur aura la même portée qu'un émetteur de 100W avec antenne de 200 pieds ou qu'un appareil fournissant 500W avec antenne de 100 pieds de hauteur. Bien entendu, la plupart des stations de radio ont une puissance rayonnée bien plus grande que celles que nous décrivons ici.

Malheureusement, un émetteur ne suffit pas à lui seul pour la diffusion en MF. Les règlements du ministère fédéral des Communications imposent des dispositifs de contrôle de la qualité technique du signal et un "limiteur". Le coût total de ces appareils est de \$3,500 minimum. Cette règle s'applique à tous les émetteurs quelle que soit leur taille.

CONNEXION DU STUDIO AVEC L'EMETTEUR

Sauf si l'émetteur est situé dans le même immeuble que le studio, ce qui est rare, il faut envoyer le signal de diffusion du studio à l'émetteur. Si l'émetteur est très

éloigné, il faut avoir un technicien en permanence sur le site de l'émetteur pendant les heures de diffusion, ou utiliser un système de télécontrôle (appareils-témoins de la qualité technique du signal) et de télécommande. Ce système permet au personnel du studio de surveiller le fonctionnement de l'émetteur et de le télécommander.

Un ligne spéciale de commande (pour la télécommande) et une ligne de diffusion (pour le signal radio-phonique) peuvent être louées de la compagnie de téléphone. La qualité de la ligne téléphonique peut être sujette à des détériorations journalières. Ces détériorations ne sont en général pas assez graves pour affecter la télécommande; mais on peut parfois entendre de faibles "clics" sur les lignes. Les caractéristiques des hautes fréquences sont parfois quelque peu diminuées.

EMISSIONS REALISEES EN EXTERIEUR

Une émission réalisée en direct hors des studios, relayée au studio, et mise directement en ondes exige un système similaire à celui qui relie le studio à l'émetteur, sans toutefois exiger de ligne de commande.

Le prix de revient de ces lignes téléphoniques de relais est similaire aux lignes de jonction entre le studio et l'émetteur. On peut louer des lignes de qualité inférieure, mais ces lignes sont surtout utilisées pour la reproduction de la voix, qui n'a pas l'étendue des fréquences des instruments de musique.

Les lignes téléphoniques sont pratiques pour des installations permanentes mais ne peuvent être commandées rapidement pour des événements particuliers, puisqu'il s'écoule un à deux mois avant qu'elles ne soient installées par la compagnie de téléphone.

Le matériel de relais MF (émetteur et récepteur) coûte environ \$2,000; il peut relayer des signaux radio-phoniques de l'extérieur jusqu'au studio. Ces appareils n'utilisent pas les fréquences allouées à la radiodiffusion mais des fréquences que les récepteurs domestiques ne peuvent capter. Dans quelques rares zones urbaines très encombrées, ces fréquences sont toutes occupées. Le matériel de relais MF existe en format portable (certains fonctionnent même sur piles). Il peut donc être installé rapidement dans un rayon de dix à vingt milles du studio. Le matériel portable est pratique parce qu'il peut remplacer des douzaines de lignes téléphoniques de liaison radiophonique.

ACOUSTIQUE

Les propriétés acoustiques d'un studio ou d'un lieu d'enregistrement agissent fortement sur la qualité du signal enregistré, sur la mise en place et l'utilisation (mélange) des microphones. En studio, il est possible de contourner ces difficultés en modifiant la salle elle-même. L'acoustique est un domaine complexe; construire une pièce (ou modifier une salle) en lui donnant des propriétés acoustiques optimales est une tâche difficile. Des sommes considérables de travail et d'argent peuvent être annulées par un petit détail (par

exemple, le choc des vibrations sur le rebord des fenêtres).

On doit, tout au moins, réduire le plus possible l'effet d'écho dans le studio; l'écho est amplifié démesurément lorsqu'on enregistre avec des microphones. Le moyen le plus simple est de placer des amortisseurs de son le long des murs ou sur les plafonds jusqu'à ce que la salle soit "sourde" (sans rebondissements ou échos). Ces amortisseurs peuvent être des plaques acoustiques ou simplement des couvertures, des tapisseries ou des tapis. Ces remarques s'appliquent aussi aux entrevues à domicile: on choisira de préférence à la cuisine, une pièce avec tapis et rideaux.

Encore plus difficile est le blocage du son qui émane des pièces adjacentes au studio. Il existe des solutions techniques souvent dispendieuses mais leurs résultats sont rarement parfaits: portes doubles, fenêtres à vitre double ou triple avec revêtement de liège, insonorisation des murs, construction de murs et planchers "flottants," etc.

La solution évidente à ce problème est l'élimination des bruits dans les pièces adjacentes. Lorsqu'il y a de nombreux studios contigus, on limite en général le degré maximum de puissance des haut-parleurs témoin; on parvient à ce résultat en apportant une modification assez simple aux circuits amplificateurs.

CLIMATISATION

Les salles de régie sont généralement exiguës. La chaleur dégagée par les personnes travaillant dans un espace restreint peut augmenter sensiblement la température. Comme il faut fermer les portes à cause du bruit, la circulation de l'air est bloquée et la fumée de cigarette s'accumule. Il est donc courant de faire fonctionner le système de climatisation durant une bonne partie de l'automne.

Un simple climatiseur domestique peut dépanner, mais ces appareils sont trop bruyants pour être pratiques. Il est préférable de consulter un spécialiste de la climatisation ou un ingénieur. Dans le cas d'un système central d'air climatisé ou de ventilateurs, il est possible d'installer des amortisseurs acoustiques dans les conduits pour que le son ne se propage pas d'une salle à l'autre. Il arrive que les systèmes à circulation d'air ou de climatisation réduisent à néant des travaux d'insonorisation é

Ressources techniques

MATERIEL D'OCCASION

Si vous cherchez des appareils d'occasion, consultez d'abord les radiodiffuseurs établis depuis un certain nombre d'années. La plupart des stations de télévision et de radio possèdent des appareils qu'elles utilisent rarement; on peut les acheter à un prix raisonnable. Dans certains cas, le matériel a grand besoin de réparation; mais parfois il a été mis de côté, non pas à

cause de problèmes d'entretien, mais parce que l'administration de la station veut le remplacer par du matériel plus dispendieux (en particulier, les mélangeurs) qu'elle ne pouvait s'offrir auparavant. On trouve le plus souvent de petits mélangeurs et des microphones; les tables tournantes sont très rares. L'industrie de l'électronique a aussi du matériel démodé que l'on peut acheter à rabais. Comme c'est le cas pour tout matériel d'occasion, les pièces détachées (pour les réparations) seront peut-être plus difficiles à trouver, sauf peut-être en ce qui concerne les microphones et les mélangeurs, qui sont composés presque uniquement de pièces électroniques communes à tous les appareils et que l'on peut donc trouver assez facilement.

LE BRICOLAGE

Il ne faut pas espérer construire soi-même un équipement qui exige généralement la compétence et les moyens de la grande industrie. Une exception à cette règle: l'ébénisterie et les mélangeurs.

Bien que l'on puisse trouver sur le marché des cabinets pour la plupart des appareils, les entreprises de radiodiffusion demandent généralement à un menuisier de les construire sur mesure. On peut faire des variations intéressantes, comme la couleur des cabinets des appareils. Ainsi, la table tournante contrôlée par des commandes peintes en bleu sur le tableau du mélangeur pourra avoir une base de la même couleur. On évite alors des erreurs au débutant. Pour mettre en marche la table tournante bleue, il suffit d'appuyer sur l'interrupteur bleu. Le codage par les couleurs sur le mélangeur peut être fait au moyen de légères modifications ou simplement en mettant du ruban adhésif de couleur pres des boutons de commande du mélangeur.

DISQUES

Une bonne discothèque est un atout pour une entreprise de radiodiffusion communautaire. En général, on se procure les disques auprès des compagnies de disques. Elles consentent aux stations de radio des prix réduits et parfois donnent gratuitement certains disques à des fins publicitaires.

Il arrive aussi que certaines personnes, surtout chez les artisans de la programmation, désirent se défaire de leurs vieux disques (parfois introuvables sur le marché) au profit de la discothèque de la station. Cependant, ces disques sont souvent inutilisables à cause des rayures ou autres détériorations. Les radiodiffuseurs de langue étrangère pourront trouver des disques de leurs pays d'origine auprès de personnes qui ont emporté ces disques en quittant leur pays natal. Il est difficile d'obtenir gratuitement des disques s'adressant à des auditoires particuliers auprès des compagnies de disques. Cependant, il est possible de se constituer une discothèque spécialisée par l'intermédiaire des membres de la communauté qui s'intéressent à cette programmation. Avant d'enregistrer et de diffuser ces documents, il est prudent de connaître les droits d'auteur qui peuvent s'y rattacher.

BANDES MAGNETIQUES

On peut se procurer des émissions enregistrées sur bande magnétique auprès de Radio-Canada (la Société offre des disques gratuits aux radiodiffuseurs, généralement de la musique classique) et de l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Il est possible que d'autres radiodiffuseurs communautaires soient intéressés par l'échange de bandes. Mais la plupart des radiodiffuseurs communautaires sont trop occupés par leur propre programmation pour trouver le temps d'organiser ces échanges.

Les écoles secondaires et les universités constituent des sources de bandes enregistrées trop souvent négligées. Elles enregistrent souvent les représentations théâtrales ou les concerts de leurs étudiants; ces bandes peuvent servir à la production d'émissions communautaires bien qu'elles ne soient pas toujours techniquement de qualité radiophonique. Les universités enregistrent souvent des cours et des conférences qui pourraient intéresser les membres de la communauté; ces enregistrements sont conservés pendant longtemps.

Conclusion

Pour un groupe communautaire, l'utilisation de la radio présente un grand nombre d'avantages techniques. A cause des différences de coûts, le vidéo est peu

pratique. Sans aucun doute, un diffuseur communautaire pourra beaucoup plus facilement se lancer dans la radio à plein temps (c'est-à-dire, plus de deux ou trois heures par jour) que dans la programmation de télévision.

On ne peut répondre facilement à la question: "Quelle est la meilleure solution?" Il faut peser les avantages et les inconvénients de la transmission vidéo. Il est évident, par exemple, que l'image est essentielle à plusieurs types d'émissions.

Cependant plusieurs radiodiffuseurs communautaires ont visionné des émissions vidéo produites par la communauté qui pouvaient être facilement adaptées à la radio sans en amoindrir le contenu.

De plus, le public n'est pas toujours prêt à suivre des émissions "sérieuses" à la radio, surtout depuis qu'il s'est habitué à la concevoir comme un vague bruit de fond. Par ailleurs, le public n'est certainement pas prêt à accepter les productions de second ordre mises en ondes à la radio et à la télévision communautaires, malgré les nombreuses innovations qui aident les programmeurs inexpérimentés à produire des émissions professionnelles.

1. Les prix cités étaient en vigueur en 1973.

La planification des ressources et de l'emploi du temps

J. Richard Bertrand

L'élaboration d'un plan des activités est souvent l'aspect le plus difficile et le plus important d'un travail. Cet article s'adresse aux individus ou aux groupes qui désirent s'engager dans la programmation communautaire. Il s'adresse aussi au personnel des systèmes de câble qui aimeraient recevoir des suggestions et bénéficier de l'expérience des autres systèmes de câble.

La planification de la programmation communautaire s'attache à l'organisation rationnelle de l'emploi du temps; elle vise l'utilisation maximale des installations en vue de meilleurs résultats. Elle affecte la présentation des émissions (en direct ou enregistrées), l'enregistrement en studio, l'enregistrement à l'extérieur, la préparation des émissions, le montage sur place ou à l'extérieur, l'utilisation des ressources de la communauté, les visites et une quantité innombrable d'autres aspects du processus de la programmation communautaire.

Si vous travaillez pour une entreprise de câble, vous connaissez sans doute les problèmes causés par le manque de temps ou par un groupe peu ponctuel. Si vous êtes un membre de la communauté, votre problème est alors d'utiliser à bon escient le temps disponible pour la préparation de votre émission, d'être en mesure de planifier l'utilisation du magnétoscope et d'estimer si vous aurez suffisamment de matière pour votre émission.

La planification et des horaires fonctionnels, mais flexibles, sont nécessaires.

Pour mieux comprendre la situation, nous utiliserons deux scénarios. Le premier traite des systèmes de câble et le second des groupes communautaires.

Le système de télévision par câble

La scène se déroule dans une entreprise de câble de moyenne importance qui dispose depuis un an d'installations pour la programmation communautaire. L'équipement est de qualité très moyenne, mais certains appareils sont d'excellente qualité alors que d'autres sont très médiocres. Ce détenteur de licence a tenté de rassembler le plus d'équipement possible afin de répondre à tous les besoins des individus et des groupes communautaires.

Après un dur après-midi d'enregistrements tant en studio qu'en extérieurs, d'appels téléphoniques, de rencontres avec plusieurs groupes désirant préparer une émission etc, la soirée arrive toujours trop vite.

Deux émissions en différé sont présentées à 19 heures et 19heures30; mais l'image instable et certains signaux de départ ratés par les participants amène un abonné irrité à téléphoner et demander pourquoi ce "navet" est-il sur les ondes. Inébranlables, l'équipe et

plusieurs membres de la communauté se préparent à une émission en direct à 20 heures. Les participants arrivent à 19 heures 40, impatients de commencer. Ils ont une ébauche de scénario, des graphiques qu'ils ont fait eux-mêmes et un enregistrement de dix minutes à insérer dans leur émission en direct. Il est presque 20 heures mais leur invité spécial n'est pas arrivé; ils décident donc de démarrer sans lui.

L'émission commence, mais la musique débute avec un peu de retard. Néanmoins, la discussion est intéressante et instructive, accompagnée d'un enregistrement et de plusieurs diapositives. Qu'importe; pour leur vaste—ou petit—auditoire, il s'agissait d'une réalisation communautaire. C'était de la participation et ça fonctionnait.

Tout de suite après l'émission, les techniciens demandent aux participants de quitter le studio; ils ne veulent pas être impolis; il faut préparer le plus rapidement possible la prochaine émission en direct, à 21 heures, avec un groupe de la communauté allemande.

A la fin de la journée, une équipe fatiguée, mais satisfaite, nettoie le studio et la salle de régie. On fait des ajustements techniques de dernière heure et un membre du personnel se porte volontaire pour venir tôt le lendemain réparer un magnétoscope. Et c'est ainsi, chaque journée plus remplie que la précédente.

Le groupe communautaire

L'association de locataires prépare une émission depuis des semaines. Ils ont téléphoné à l'entreprise de câble pour réserver le magnétoscope portatif. Puis ils vinrent discuter de leur projet, demander des conseils, s'entraîner à l'utilisation du système vidéo, inspecter le studio et ses installations, afin de se familiariser avec les lieux. Ils élaborent ensuite les grandes lignes du scénario et désignent un chef de projet. Le jour de l'émission, un membre de l'association quitte son travail plus tôt pour venir régler certains détails de dernière minute. Finalement vers 19 heures 40, ils arrivent tous au studio un peu tendus. Ils se demandent si tous ces efforts étaient nécessaires: si peu de gens verront leur émission; mais ils sentent le besoin d'informer leur communauté. Ils ont envoyé une lettre d'information à tous les locataires du quartier et ils espèrent que tous regarderont l'émission, vu l'importance du sujet. L'invité fait faux bond, mais ils commencent l'émission. Une demi-heure plus tard, sortant du studio ils sont contents qu'elle soit terminée et heureux de leur travail.

Les deux scénarios démontrent qu'il faut beaucoup de temps et de planification, aussi bien de la part du responsable du canal communautaire que du groupe. Cette procédure se répète chaque jour ou chaque soir

dans de nombreux studios de câble à travers le Canada. Pour que l'équipement de ces entreprises soit exploité avec efficacité et que le plus grand nombre possible de groupes participant, la planification est de première importance: non pas tant la planification des horaires que la planification des ressources humaines et techniques.

Planification

1. LA MISE EN ONDES

Au cours des années, l'expérience a démontré qu'il est nécessaire d'avoir un horaire à la fois souple et rigide; je veux dire qu'il ne faut être rigide que sur l'heure du début des émissions. Un horaire rigide signifie des émissions de 15 minutes, d'une demi-heure ou d'une heure, bien structurées sans beaucoup de flexibilité.

De nombreuses entreprises cherchent maintenant à allier les deux. Dans la plupart des cas, les émissions commencent à heure fixe (l'heure et la demi-heure) et ont une durée pré-établie. Mais, plusieurs émissions sont laissées "ouvertes," de sorte que leur durée est fonction du contenu, de l'intérêt, etc. De plus, on permet parfois que des soirées soient consacrées à des émissions dont la durée n'a pas été établie. Souvent, une partie de ces soirées est aussi consacrée à des reprises. Néanmoins, une certaine forme d'horaire est nécessaire.

Dans la plupart des régions du Canada, les journaux ou guides des émissions publient l'horaire des émissions des systèmes de câble. Si vous désirez que votre émission y soit annoncée, il est préférable de la préparer d'avance de sorte que les renseignements adéquats puissent être inclus dans l'horaire. Parlez-en à l'entreprise de câble; elle vous aidera sans doute,

2. EN STUDIO (EN DIRECT OU EN DIFFERE)

Un système de câble efficace devrait avoir, en plus de l'horaire de ses émissions, un calendrier d'utilisation du studio puisque la plupart offre des émissions enregistrées et des émissions en direct. Certains systèmes permettent les enregistrements en studio sept jours sur sept alors que d'autres se réservent des périodes afin de se consacrer aux réalisations à l'extérieur, à l'entretien du studio et de l'équipement, et à la formation des groupes.

Les gens intéressés à la préparation d'émissions pour des organismes communautaires, dont l'une des tâches importantes est la communication avec le public, peuvent souvent enregistrer ou présenter une émission en direct durant la journée. Mais la plupart, ceux qui ont des préoccupations différentes mais qui participent quand même à la programmation communautaire, cherche plutôt à travailler durant la soirée. Les horaires des émissions ne refléteront pas nécessairement cette différence; ce sont les périodes d'enregistrement qui ont tendance à être différentes.

Si vous travaillez à la réalisation d'une émission, informez-vous des périodes disponibles et choisissez celle qui convient le mieux à vos besoins, en tenant compte de l'agenda de votre invité.

Les entreprises de câble devraient avoir un agenda de l'utilisation du studio qui indique les périodes réservées aux enregistrements, aux émissions en direct, à la formation, à la construction des décors, etc.

3. LES EMISSIONS

La planification des émissions affecte le personnel des systèmes et les participants eux-mêmes. Le directeur de la programmation ou le coordonnateur désirera discuter avec les groupes qui veulent réaliser une émission. Si l'émission est entièrement réalisée et supervisée par le groupe communautaire, il faut leur allouer le temps nécessaire à la planification de leur émission. Il s'agit d'un aspect essentiel, car bien souvent la qualité de l'émission en dépend. Il faut discuter des grandes lignes de la formule de l'émission et leur donner la possibilité de visiter le studio. La flexibilité est également importante si vous voulez éviter que les activités ne soient immobilisées, advenant une panne dans l'équipement, ou l'absence d'un participant.

4. LE MONTAGE

Les montages sont assez rares dans la programmation communautaire. En voici les deux raisons: premièrement, l'équipement en général ne permet pas de réaliser des montages de qualité; et plus important encore on ne dispose pas du temps nécessaire. Puisque l'équipement de montage et de reproduction est habituellement le même, il doit répondre aux besoins du travail de studio et de la salle de régie.

Dans certaines entreprises, lorsque l'équipement n'est pas utilisé, des techniciens supervisent ou assistent les groupes dans le montage de leurs émissions. D'autres estiment que ce n'est pas nécessaire.

L'autre possibilité est d'utiliser l'équipement de certaines institutions: collèges, universités, industries, etc. Il est important pour le canal communautaire et pour les participants d'exploiter toutes les ressources de la communauté.

5. L'ENREGISTREMENT A L'EXTERIEUR (UNITES MOBILES)

L'expression "mobile" a plusieurs sens dans la programmation par câble. Elle est passée par toute la gamme des possibilités: de l'utilisation de véhicules de reportage jusqu'à l'emploi du magnétoscope portatif. Certaines entreprises ont utilisé des véhicules de reportage puis sont revenues à l'enregistrement en studio seulement. D'autres sont passées des véhicules au magnétoscope portatif, d'autres encore n'utilisent que l'équipement vidéo portatif.

Tous ces changements peuvent être décevants pour le participant communautaire. Parfois il emprunte un

magnétoscope portatif, enregistre une émission et découvre à son retour que sa bande est gâchée à cause de difficultés techniques. Mais la persévérance et l'expérience contribuent à résoudre ces problèmes; il devient alors possible d'utiliser plus efficacement l'équipement portatif. Certains groupes communautaires estiment que les systèmes de câble devraient fournir plus d'équipement mobile; ils admettent difficilement qu'ils ne le fassent pas.

Malheureusement, une fois l'équipement installé dans un studio, il est difficile de tout débrancher, de le mettre dans un véhicule et de l'amener ailleurs. Le studio est alors inutilisable pour toute la journée. L'équipement mobile complètement indépendant est coûteux et donc assez rare car il doit être aussi complet que l'équipement de studio. Les systèmes de câble estiment que lorsqu'ils équipent des véhicules de reportage ils le font aux dépens de l'équipement des studios.

Le participant communautaire devra connaître l'équipement offert par l'entreprise de câble et s'assurer de réserver ce dont il a besoin.

Ressources communautaires

Le but ultime des systèmes de câble et des citoyens doit être l'exploitation maximale des ressources de leur localité. Mais les communications à l'intérieur de la communauté ne devraient pas être la seule responsabilité de ces deux groupes. Les gouvernements, les industries et les municipalités devraient fournir du personnel et une assistance technique afin de promouvoir le développement des communications.

Malheureusement, dans certaines régions les systèmes de câble et les citoyens ont fait appel à ces institutions sans grand succès. Les institutions scolaires ou gouvernementales refusent habituellement aux personnes de l'extérieur d'utiliser leur équipement. On peut espérer que cette attitude évoluera dans le sens d'une plus grande collaboration.

Un collègue d'Ottawa vient tout juste d'acquérir un car de reportage complètement équipé pour la production couleur; on discute en ce moment de la possibilité de le rendre accessible aux systèmes de câble et aux groupes communautaires de la ville. Les étudiants l'ont déjà utilisé pour enregistrer le championnat de football des écoles secondaires locales; il fut ensuite présenté sur les deux systèmes de câbles de la ville.

Il est important que les ressources techniques d'une région contribuent à son épanouissement. S'il y a plus d'équipement disponible, plus de gens participeront, plus d'émissions seront réalisées pour le plus grand bénéfice de tous.

Une autre ressource que les systèmes tendent à oublier, ce sont les groupes locaux eux-mêmes. Des dispositions pour la formation des groupes et la coordination des cours de production déjà offerts devraient être prises lorsque cela s'avère possible. Lorsque les ressources permettant d'entraîner les gens existent et que des groupes désirent profiter de telles occasions,

les entreprises de câble devraient faire tout pour ce qui leur est possible afin de les assister. Les institutions scolaires locales devraient aussi faire leur part en offrant à la communauté des cours de production.

Une façon d'entraîner les groupes communautaires sans qu'ils aient besoin de suivre un cours complet, consiste à employer la méthode des "agents" ou des "animateurs." Lancée par Ottawa Cablevision la méthode consiste à s'adjoindre une ou des personnes qui, dans leur temps libre, aident les gens à produire leurs émissions. Elles augmentent la participation des groupes et agissent comme personnes ressources auprès du public. Elles peuvent être formées par l'entreprise de câble de façon à bien connaître leur équipement technique. On peut compter sur le bénévolat, ou accorder un salaire pour chaque émission, ou encore une allocation hebdomadaire ou mensuelle. Une telle initiative peut certainement être profitable au système de câble et aux participants.

Expériences à travers le Canada

Un questionnaire a été envoyé à un certain nombre de systèmes de câble du Canada. Nous présentons les résumés suivants afin de donner des exemples vécus d'expériences de planification.

K-VISION SERVICES LIMITED, NEW GLASGOW, NOUVELLE-ECOSSE

Cette entreprise se sert principalement des cadres d'horaire conventionnels. Elle fait aussi des reprises d'émissions si la réaction de l'auditoire est très favorable. Certaines émissions ont été reprises jusqu'à six fois. Les enregistrements en studio se font l'après-midi et les reprises en soirée.

La planification des émissions relève de la communauté. Il y a très peu de montage. Comme il s'agit d'un petit système, il n'y a pas d'horaires précis comportant des séries ou des blocs d'émissions, on cherche plutôt à "remplir les vides" qui existent au niveau des stations de télévision conventionnelles. Par exemple, si de nombreuses émissions sportives sont présentées dans une même journée, on offrira d'autres alternatives.

C'est le seul organisme disposant d'installations de programmation dans la région. Les émissions sont annoncées dans le guide de télévision des deux journaux locaux, comme c'est le cas pour la majorité des systèmes qui ont répondu à notre questionnaire.

TELE-CABLE DE QUEBEC INC., QUEBEC

A Québec, l'horaire est fonction des heures de travail du personnel et des demandes du public. Les émissions complexes sont diffusées en fin de soirée, les émissions régulières étant enregistrées l'après-midi. On alterne entre les émissions en direct et les émissions en différé. Les cadres horaires des émissions sont alloués selon le principe du "premier arrivé, premier servi."

Leur problème le plus aigu est la coordination de l'utilisation des installations du câble en fonction des besoins communautaires. A cette fin, on a préparé un exposé détaillé sur la nature de la programmation communautaire, les modalités de la participation communautaire, le type d'équipement disponible, la planification des émissions, etc.

Télé-câble de Québec estime essentiel d'exiger une certaine discipline des participants, tout en conservant de la souplesse. C'est pourquoi elle donne aux participants des formulaires sur lesquels ils doivent rendre compte des étapes réalisées dans leur émission permettant d'en arriver à un schéma final approuvé par le coordonnateur.

Dans cette ville, on a réussi, dans une certaine mesure, à utiliser l'équipement de l'université et des écoles pour la réalisation des émissions. L'entreprise contribue aussi à la formation de groupes, sous forme d'ateliers vidéo et de discussions de groupes sur les communications.

TRANSVISION MAGOG, MAGOG, QUEBEC

A Magog, 50% de la programmation est présentée en direct et 50% en différé (30% sont leurs productions et 20% provient d'une station de télévision de la région avec qui ils ont une entente). C'est pourquoi leurs efforts de planification portent surtout sur la coordination des productions en direct. Ils utilisent peu les véhicules de reportage mais envisagent d'accroître l'usage du magnétoscope portable.

Dans la planification des émissions, l'horaire est élaboré à l'automne et légèrement modifié au cours de la saison. Il n'y a pas de montage et aucune école ou collège des environs ne possède l'équipement nécessaire à la production.

Leurs activités de planification sont les suivantes: 1) envoi de communiqué de presse sur l'horaire des émissions; 2) élaboration de l'horaire des réservations hebdomadaires du studio; 3) élaboration de l'horaire des réservations quotidiennes du studio; 4) conception du schéma approximatif de la programmation; 5) préparation de l'horaire hebdomadaire des émissions.

La préparation des horaires est fonction du type d'enregistrement (à l'extérieur ou en studio), du nombre d'émissions dans la semaine, de la quantité des demandes et du nombre de personnes attachées à la production de chaque émission. Des problèmes surviennent si le temps est limité, si la communication entre les participants et le système de câble est difficile, ou s'il n'est pas possible de respecter les délais ou les arrangements antérieurs.

Un des aspects importants de la programmation à Magog est la mise à jour continue des horaires, de telle sorte que rien ne soit oublié ou laissé de côté.

Il n'existe pas de programmes fixes pour la formation des groupes, mais l'entreprise donne des cours sur demande.

Transvision souligne qu'il n'y a pas de recette universelle pour la coordination de la programmation communautaire; la solution réside plutôt dans la capacité d'adaptation aux divers types de productions.

CORNWALL CABLEVISION, CORNWALL, ONTARIO

Cornwall Cablevision utilise une approche souple de la planification, refusant toutes les formules immuables. La communauté est bilingue, l'équipe travaille donc dans les deux langues. Ils ont rencontré des difficultés dues à des groupes qui présentent un projet à la dernière minute; par la suite on adopta la solution du studio ouvert. Les productions extérieures avec véhicule de reportage sont limitées aux sports et sont réalisées par l'entreprise de câble elle-même. Il n'y a pas de journée réservée au montage, mais il est toujours possible de faire de arrangements.

A l'origine, on ne voulait pas fixer définitivement les horaires de façon à ne pas transformer chaque déviation en un immense problème. La coordination des gens et de l'équipement dépend de l'espace, car il détermine le nombre de personnes dans un décor, le type d'émission, la conception du décor et la mobilité des caméras. L'horaire des émissions de Cornwall Cablevision est annoncé durant leur bulletin de nouvelles de la soirée.

SCARBOROUGH CABLE, SCARBOROUGH, ONTARIO

Scarborough Cable présente des émissions pour femmes et enfants durant l'après-midi, des informations à 18 heures et des émissions pour adultes et adolescents jusqu'à 21 heures. La politique générale est de réserver l'horaire de la journée pour les professionnels, les responsables de relations publiques et les agences sociales. Tous les autres enregistrent le soir. De ce fait, l'horaire du personnel est assez difficile à établir. L'enregistrement à l'extérieur dépend de l'équipement, de la main-d'oeuvre et des disponibilités du studio. On a adopté le magnétoscope portable qui peut être utilisé sans empiéter sur l'équipement de studio.

Si un groupe n'a pas planifié son émission, le temps de production s'étire au point d'empiéter sur le temps réservé par un autre groupe.

A Scarborough, on a des appareils de montage séparés pour ruban demi-pouce, permettant ainsi le montage alors que le studio est utilisé. On signale que le montage exige beaucoup de temps; il faut y allouer une période considérable.

Les problèmes majeurs surviennent lorsque deux groupes veulent réserver l'équipement à la même période ou quand des enregistrements ne sont pas prêts et qu'on doive faire des substitutions. Les horaires de diffusion sont établis au moins deux semaines à l'avance.

On insiste sur le fait qu'il n'est pas rentable d'élaborer des horaires de travail très serrés, car ils provoquent du stress chez le personnel et les participants. Il faut réserver du temps à la vérification des appareils prêtés.

Les émissions qui impliquent des participants nombreux, telles les spectacles de danse dans un petit studio, sont cause de difficultés et de frustrations. Il faut donc connaître les capacités de son studio.

Les bibliothèques publiques possèdent des magnétoscopes portatifs. L'équipement des universités et des écoles secondaires ne sert qu'aux étudiants; mais on envisage une plus grande collaboration.

L'entreprise emploie des étudiants et des professeurs pour la formation des groupes communautaires aux media. Chaque soir, une équipe différente travaille à la production. Cette entreprise est à peu près la seule organisation de l'endroit qui offre une formation des groupes communautaires à la production de télévision.

Les horaires sont publiés dans les quotidiens et l'hebdomadaire local. Les bibliothèques publiques affichent aussi leur horaire.

Le système expérimente en ce moment l'allocation des soirées à des groupes différents. Toutes les deux semaines, un groupe particulier est responsable d'une émission. De cette manière, le même temps est alloué à chaque groupe.

ROGERS CABLE TV, TORONTO, ONTARIO

Chez Rogers, on fonctionne suivant le principe d'accès libre. Les groupes réservent le studio et disposent de une à quatre heures pour une émission. Il a trois magnétoscopes portatifs et un équipement complet de montage pour ruban demi-pouce. De plus, les groupes peuvent passer en direct s'ils le désirent. Toute la coordination est assurée par une personne assignée aux liaisons entre les groupes et le système de câble.

Ils ont fait face aux problèmes suivants: pannes dues à une méconnaissance de la technique, retard de certains groupes dans la livraison de leurs enregistrements; mauvaise qualité technique des émissions.

En plus de ce studio à accès libre, Rogers en possède un second pour les productions du câble et de la communauté.

De nombreuses installations techniques existent à Toronto mais peu sont disponibles aux groupes communautaires ou à l'entreprise de câble. Il existe quelques centres vidéo, parfois accessibles, mais les problèmes d'accès du public ne sont pas résolus.

Rogers offre des sessions hebdomadaires régulières de formation dans son studio à accès libre.

Le collège Humber, en collaboration avec Graham Cable, une autre entreprise de câble torontoise, offre aussi des cours de programmation communautaire.

HAMILTON CABLE TV, HAMILTON, ONTARIO

Pour Hamilton Cable, un horaire et un plan d'action très stricts sont préférables pour leurs opérations et pour les téléspectateurs. Les émissions sont inscrites à l'horaire et planifiées à l'avance pour favoriser la meilleure préparation possible avant l'enregistrement.

De plus, ils accordent beaucoup d'importance à l'étude des extérieurs avant d'y envoyer les véhicules de reportage. Quoiqu'ils essaient de demeurer souples, les horaires doivent être planifiés.

Les horaires des émissions sont établis trois mois à l'avance, à l'exception des informations et des interviews. On vise l'équilibre entre les prévisions à long terme et à court terme.

Certains appareils de production sont disponibles ailleurs et plusieurs groupes communautaires y produisent des émissions. Hamilton Cable offre aussi des séances de formation.

Les horaires de la télévision communautaire sont publiés dans les journaux locaux et présentés sur le câble.

COMMUNITY ANTENNA TELEVISION, CALGARY, ALBERTA

Community Antenna Television fonctionne surtout selon le principe du "premier arrivé, premier servi." L'horaire est rarement modifié; mais à l'occasion, le système a remplacé des émissions régulières par des émissions spéciales.

Il tente de présenter un horaire des émissions hebdomadaires avec l'aide des membres de la communauté. Afin de conserver la possibilité d'inclure des émissions de dernière minute, certaines périodes ont pour titre "à communiquer."

Le principe du "premier arrivé, premier servi" s'applique à tous les enregistrements et on peut réserver en bloc des périodes de studio et de montage. Lorsque certains groupes ne peuvent être accommodés, on fait des arrangements ailleurs, avec l'autre entreprise de câble ou avec une institution scolaire.

L'utilisation de l'équipement couleur à l'extérieur permet moins de flexibilité et requiert davantage de planification et d'organisation.

Le montage est réalisé le matin, mais on tente de convaincre les groupes d'éviter des montages compliqués parce qu'ils demandent plus de temps. Par contre, une bonne planification permet l'enregistrement d'émissions en séquence de sorte qu'un simple travail d'assemblage peut suffire.

L'exploitation planifiée des ressources communautaires fonctionne assez bien et on a établi de bonnes relations avec les collèges et les volontaires.

Community Antenna utilise un registre des émissions. Un formulaire dactylographié est utilisé hebdomadairement pour le studio, les enregistrements à l'extérieur et l'horaire des groupes.

Les individus reçoivent leur formation du système de câble et des étudiants du collège local contribuent à certaines émissions. De plus, le directeur de la programmation a donné quelques cours à ce collège.

Les horaires sont publiés dans les journaux et le guide de télévision régional; le directeur de la programmation écrit des articles pour le supplément sur la télévision.

CALGARY CABLE TV, CALGARY, ALBERTA

Calgary Cable TV préfère la méthode de l'insertion d'émissions en différé entre les émissions en direct; elle permet un moment de répit pour la préparation de l'émission suivante.

Certaines émissions se prêtent mieux à la diffusion en différé qu'à la diffusion en direct. Le lundi soir et le samedi après-midi sont réservés aux enregistrements. Les soirées du mardi sont prévues pour les projets spéciaux, le montage, etc. Ces périodes sont assignées à long terme pour les séries d'émissions, ou selon le principe du "premier arrivé, premier servi" pour les émissions spéciales. Le mercredi soir, le personnel donne des cours sur les techniques de la production télévisée.

Calgary Cable dispose d'un véhicule de reportage à deux caméras, tout à fait indépendant et fonctionnant selon son horaire propre. Un employé à temps partiel en est responsable et dirige une équipe de volontaires. Ce véhicule sert à couvrir deux heures d'événements sportifs chaque semaine et deux autres heures sont consacrées à un événement social régional ou à d'autres manifestations. La coordination des activités est assurée par le directeur de la programmation.

Il déconseille les horaires qui imitent ceux des stations conventionnelles. L'horaire doit plutôt accommoder ceux qui sont intéressés par le sujet.

A Calgary Cable, les personnes qui ont reçu une formation travaillent en équipes sur des séries d'émissions. Parfois un groupe ne peut fournir une équipe complète pour la réalisation de son émission; Calgary Cable TV offre alors une équipe formée de volontaires compétents disponibles chaque soir en cas de besoin.

Des volontaires compétents dirigent la salle de régie; chaque personne est assignée à une soirée spécifique et totalement responsable de la mise en ondes des émissions. On les encourage à faire preuve d'imagination lors des pauses et chacun doit trouver du matériel pour remplir ces périodes de cinq minutes entre les émissions.

Calgary Cable considère que les cours de formation sont un élément essentiel de la programmation communautaire. Leurs cours ont connu un grand succès car ils favorisent les rencontres qui aboutissent à la formation d'équipes de production.

L'horaire des émissions est publié dans le journal et dans les guides régionaux de télévision.

CAMPBELL RIVER TV ASSOCIATION, CAMPBELL RIVER, COLOMBIE BRITANNIQUE

Campbell River TV Association appartient à la communauté; le système est géré par un directeur de la programmation qui travaille à temps complet. Le reste

du personnel de la programmation est composé d'étudiants et de volontaires.

Le directeur de la programmation s'oppose à la concurrence avec les stations conventionnelles. Les émissions communautaires sont diffusées au moment où la compétition est la plus faible.

L'horaire des émissions s'échelonne sur quatre jours, du mardi au vendredi; les studios sont ouverts de 11 heures à 23 heures, sept jours par semaine. Campbell River TV songe à réserver les samedis aux reprises.

L'enregistrement en studio se fait habituellement entre 15 et 18 heures tous les jours, mais la plupart des émissions sont en direct. On fait un usage considérable des magnétoscopes portatifs et il y a très peu de montage.

Le service audio-visuel du *School District 72* à Campbell River est accessible à l'entreprise de câble. Il diffuse des émissions éducatives préparées par le gouvernement de la Colombie Britannique ou par d'autres agences, tel *l'Office de la télécommunication éducative de l'Ontario*. Le service enregistre aussi des émissions sur vidéocassette et les présente, sur demande, sur les deux canaux de câble disponibles à cet effet.

Bien que le service n'ait pas de studio de télévision, il partage avec l'entreprise de câble des appareils et d'autres ressources. Le service possède une bibliothèque et d'autres ressources accessibles au grand public.

La collaboration des media locaux est bonne; la radio et les journaux fournissent du matériel pour la programmation communautaire.

Le câble utilise des registres quotidiens et hebdomadaires et des feuilles de minutage. Il est possible de prolonger les émissions au-delà du temps prévu si nécessaire. Des cours de formation se donnent fréquemment et le directeur de la programmation offre un cours sur la programmation au service de l'éducation permanente.

Campbell River TV tente d'introduire une nouvelle forme de publicité des émissions. On voulait envoyer aux abonnés un horaire hebdomadaire pour une somme mensuelle additionnelle de 50 sous. Bien que l'on n'ait pu le réaliser, à cause du manque de réponses du public et de publicité, le projet sera repris lorsque l'association disposera du personnel nécessaire.

Radio communautaire

Les règles de base de la planification des opérations de la radio communautaire sont à peu près les mêmes que pour la télévision communautaire. La radio a un grand avantage: l'absence des complexités de la production vidéo. La production audio ne tolère cependant pas les longues pauses; elle doit être organisée d'une manière plus rigoureuse.

Il est possible que la radio communautaire devienne aussi importante que la télévision communautaire. Des groupes utilisent parfois des périodes libres des canaux

communautaires pour la présentation d'émissions radiophoniques.

A Ottawa par exemple, un organisme à but non-lucratif, Living Radio Vivante, prépare et présente chaque semaine une émission de radio communautaire. Toutefois, ces périodes se font rares par suite du développement de la télévision communautaire.

Il est possible que dans le futur, les gens utilisent des canaux MF pour y produire des émissions communautaires. La radio communautaire pourrait devenir la réponse à une foule de problèmes d'organisation: plusieurs groupes, dont les émissions se résument surtout à des discussions ou interviews, auraient avantage à utiliser la radio communautaire. Ils libéreraient la télévision pour des sujets qui requièrent une présentation visuelle.

Conseils et suggestions

LES HORAIRES

Même si chaque communauté a ses propres exigences, des horaires et des schémas d'émissions restent essentiels. Les voici:

- un horaire hebdomadaire des émissions.
- un horaire quotidien de l'utilisation du studio et de la salle de régie.
- un circulaire de renseignements bien documenté sur les émissions à l'intention des media régionaux.
- un registre quotidien des émissions.
- un horaire pour la réservation des appareils.
- un schéma des besoins des participants aux émissions.

La circulaire de renseignements sur les émissions devrait être envoyé aux media régionaux, aux bibliothèques et annoncé sur les ondes même du canal communautaire. Dans certaines entreprises, on indique

aussi un numéro de téléphone où il est possible d'obtenir tous les renseignements nécessaires.

Si vous travaillez pour un système de câble, trouvez des volontaires ou ayez du personnel à temps partiel qui deviendront experts. Ils serviront d'agent de liaison avec la communauté et trouveront des groupes et des sujets d'émission. Ces personnes peuvent vous aider à l'élaboration de l'horaire.

Si vous êtes d'un groupe communautaire, demandez à l'entreprise de câble de prévoir des périodes réservées à la formation, ne serait-ce que pour vous familiariser avec l'équipement.

Souplesse de la planification

On refuse trop souvent des projets additionnels ou des émissions de dernière heure même s'ils répondent à un véritable besoin. Une attitude rigide se retrouve souvent dans les systèmes bien établis et fortement structurés; elle n'est pas facile à modifier. Cette attitude ne peut que prévenir l'émergence d'une programmation nouvelle et inventive.

La souplesse est aussi essentielle de la part des participants; ils ont souvent des exigences excessives. Sans elle, il ne résulte que frustration et incompréhension de part et d'autre. La souplesse peut être planifiée. Les horaires "ouverts", la possibilité de remplacer une émission par une autre (certains sont contents d'avoir une journée de congé de temps à autre), les périodes de "studio ouvert," les soirées réservées aux émissions spéciales etc, peuvent être prévus dans l'élaboration d'un plan d'organisation et de travail. Le seul danger est d'y consacrer trop de temps réduisant la possibilité de faire autre chose.

Il n'y a pas de recette facile au problème de l'introduction de la souplesse. La solution réside dans une attitude compréhensive de la part des participants et des systèmes de télévision par câble.

La technologie de la télévision communautaire

W.G. Pither

Au cours de cette publication, divers types et marques de commerce d'équipement sont mentionnés, spécialement le mieux connu des magnétoscopes portatifs; le portapak. L'objet de cette publication n'est pas d'endorser quelque manufacturier d'équipement que ce soit (éditeur).

Divers aspects des communications ont déjà été abordés dans d'autres chapitres, voici maintenant quelques explications sur l'équipement de la télévision communautaire. Il ne s'agit pas d'appareils aussi imposants ni aussi complexes que ceux de la télévision consentionnelle, mais ils peuvent traduire adéquatement vos idées en langage audio-visuel. Il a été maintes fois démontré que l'équipement mis à votre disposition par les studios des entreprises de câble et par d'autres organismes de votre localité peut vous permettre de rejoindre les auditeurs, de les influencer, de les stimuler. Commençons par examiner le genre d'appareils que vous utiliserez, en passant en revue leurs avantages et leurs inconvénients.

L'appareil portatif le plus commode et le plus répandu de nos jours est sans doute le portapak. Il coûte moins de \$2,000. Il se compose d'une caméra avec commande automatique du gain d'image, doublée d'une commande automatique du volume pour le microphone incorporé. La caméra est branchée à un magnétoscope portatif de format demi-pouce. Le caméraman, libéré de l'obligation de régler l'ouverture de la lentille en fonction de la luminosité et le volume du son, peut concentrer son attention sur les mouvements et les sons.

Le portapak peut fonctionner sur piles (incorporées) durant trente à quarante minutes ou il peut être branché à une prise de courant de 110 volts. Des piles de plus longue durée sont aussi disponibles. Il est impossible de faire des montages "propres" sur les lieux de l'enregistrement, car au départ et à l'arrêt, le mécanisme se traduit par une barre étroite et horizontale se déplaçant verticalement ("glitch"). Si on utilise le portapak pour créer une émission variée et complexe, il est préférable de faire le montage dans une salle dotée de l'équipement et du personnel nécessaires. Nous expliquerons plus loin la technique du montage et les modifications qu'il faut apporter aux appareils.

Dans ce domaine où le Japon est roi, les compagnies Sony, Shibaden, Panasonic, Akai, etc offrent des caméras-enregistreuses à des prix variant de \$1,000 à \$2,000. La plupart sont dotées d'un grand nombre de dispositifs automatiques permettant à l'opérateur de mieux se concentrer sur son sujet. Elles enregistrent et reproduisent en noir et blanc, mais il existe aussi plusieurs modèles couleur beaucoup plus coûteux et aussi plus difficiles d'entretien.

Jusqu'ici, nous n'avons parlé que de l'équipement offert sur le marché sous la forme d'ensemble caméra-magnétoscope. Il exige un minimum d'entretien et, si on en prend soin, donne une image acceptable.

Mais il est aussi possible de jumeler des caméras et des magnétoscopes de marques différentes si les fiches de raccordement le permettent. Mais avant de le tenter, vous feriez bien de consulter un expert.

Il existe de nombreuses marques de magnétoscopes et, ici encore, le Japon est le gros fournisseur d'appareils. La largeur du ruban des appareils varie de un quart de pouce à deux pouces et ces appareils peuvent souvent enregistrer et reproduire en couleur.

Au Canada, on utilise des rubans de toute largeur et des appareils de diverses marques, mais les studios locaux des entreprises de câble disposent ordinairement d'un appareil à ruban un pouce. Les marques les plus répandues sont Sony, International Video Corporation (IVC), Ampex et Shibaden. Leur prix varie de \$3,000 pour un appareil noir et blanc à \$40,000 ou \$50,000 pour un appareil couleur avec possibilité de montage. Certains modèles plus coûteux sont équipés d'un dispositif de correction de base de temps qui assure la stabilité de l'image.

Tous les appareils à ruban un pouce posent le même problème: les normes d'enregistrement sont si différentes d'une marque à l'autre qu'il est impossible d'effectuer la lecture d'un ruban un pouce enregistré sur appareil de marque Sony avec un appareil IVC ou Ampex et vice versa.

Si vous préparez une émission qui doit être présentée par une autre entreprise de câble assurez-vous qu'il y a compatibilité entre les appareils. Sinon, il faudra faire une copie magnétique sur le même type d'appareil qu'utilise le réseau émetteur. Il faudra donc que l'une d'entre elles dispose des deux marques de magnétoscope. Il est préférable d'utiliser le ruban original, car l'image perd de sa netteté lorsqu'il s'agit d'une copie. On appelle la première copie d'une bande: ruban de deuxième génération et la copie tirée de celui-ci le ruban de troisième génération et ainsi de suite. On constate une nette diminution de la qualité de l'image de génération en génération.

Il convient de noter ici que tous ces magnétoscopes enregistrent selon la technique du balayage hélicoïdal et souffrent du même léger défaut. S'ils ne sont pas dotés d'un dispositif de correction de base de temps, ils ont tendance à produire une vacillation des premières lignes au haut de l'écran. Ces ondulations sont supportables sur un écran témoin en circuit fermé, mais elles s'accroissent parfois lorsque le ruban est présenté sur un câble, notamment sur les écrans de certaines marques de téléviseurs. La plupart des appareils à

ruban 1 pouce sont équipés de régulateurs de tension pour corriger ce défaut, mais ils ne parviennent pas à éliminer ce sautellement horizontal.

Tous ces appareils sont du type à bobines. Comme pour les magnétophones du même type il faut mettre le ruban en place, souvent dans la demi-obscurité, ce qui exige du temps. Aussi a-t-on vu apparaître récemment sur le marché plusieurs magnétoscopes à cassette. Vous insérez tout simplement la cassette dans l'ouverture, déplacez un levier et l'appareil est prêt à jouer ou à enregistrer. La maison Sony a fabriqué le premier de ces appareils, utilisant encore un nouveau format, cette fois de trois-quart de pouce, beaucoup plus stable que le demi-pouce; il est capable d'enregistrer et de reproduire en couleur. Les autres fabricants ont aussitôt emboîté le pas et aujourd'hui Panasonic et Japan Victor Corporation, entre autres, offrent des appareils à vidéocassette. Ces magnétoscopes semi-automatiques sans caméra coûtent de \$1,500 à \$2,000. Ils sont simples et pratiques; leur mécanisme est complexe comme celui de la plupart des magnétoscopes. Il faut s'en servir et les entretenir avec soin si on veut obtenir un rendement supérieur.

IVC vient de lancer sur le marché un magnétoscope à cassette d'un pouce. Il coûte plus cher que les modèles trois-quart de pouce: il s'agit du VCR100. Il coûte entre \$3,000 et \$4,000.

Notre propos n'est pas d'étudier tous les magnétoscopes que l'on trouve présentement sur le marché ou qui seront disponibles d'ici peu, mais d'examiner les caractéristiques générales des marques et modèles que vous pouvez trouver dans votre localité. Tous sont utilisables dans les situations les plus diverses et fournissent de bons résultats.

On pourrait jumeler de nombreuses caméras avec l'une ou l'autre des enregistreuses déjà mentionnées. Les caméras ne sont pas désignées par une mesure métrique ou autre, bien qu'on entende parfois des gens dire qu'ils font un travail "avec une caméra un pouce." Ce qu'ils veulent dire, c'est qu'avec leur caméra, ils enregistrent sur ruban magnétoscopique un pouce.

Il existe une très grande variété de caméras, depuis le plus simple modèle industriel noir et blanc avec objectif unique à monture fixe jusqu'à la caméra couleur la plus perfectionnée. La gamme des prix est presque aussi vaste. Certains techniciens achètent à bon compte une caméra industrielle et l'adaptent à la prise de vues en position fixe. C'est un domaine où l'on peut donner libre cours à son imagination et à son ingéniosité.

Il existe un grand nombre de bonnes caméras; elles sont dotées de tubes Vidicon ou Plumbicon. Ils diffèrent les uns des autres d'abord par le prix; de plus, le Plumbicon est beaucoup plus sensible à la lumière. Ils peuvent donner une image nette et claire dans des conditions où le Vidicon donne une image floue, sans la même gamme de nuances du noir au blanc. L'image du Vidicon, contrairement au Plumbicon, a tendance à se brouiller dans les panoramiques rapides. Un des inconvénients du Plumbicon est qu'il tend à produire des taches lumineuses quand il se fixe sur des objets

très brillants. Le tube Plumbicon coûte environ trois fois plus cher que le Vidicon et son rendement est proportionnel au coût.

Les prix des caméras noir et blanc s'échelonnent entre \$200 pour la moins chère, équipée de tube Vidicon, et environ \$7,000 pour des appareils dotés de tube Plumbicon et de nombreux autres dispositifs. Le prix des caméras couleur fabriquées pour la télévision communautaire varie de \$3,000 à environ \$35,000. C'est dire que les entreprises de câble ne sont pas toutes dotées de l'équipement complet pour la télévision couleur; il est encore considéré comme un luxe dans la programmation communautaire, sauf pour les grands systèmes.

La plupart des caméras sont maintenant dotées d'un objectif à focale variable ou "zoom" permettant des prises de vues qui vont du gros plan au grand angulaire. Pour les émissions communautaires, un objectif ayant un rapport de 10 à 1 rendra de bons services. Avant d'utiliser une caméra munie de dispositifs de zoom et de mise au point par levier ou par télécommande, répétez la manœuvre plusieurs fois afin de vous assurer que vos prises soient claires et sans à coup.

Lorsqu'on utilise plus d'une caméra à la fois, il faut les commander au moyen d'une commande d'aiguillage. L'image télévisée est composée de trente images à la seconde, tracées sur l'écran au moyen d'un faisceau électronique. Entre chaque image, l'écran est vide durant la fraction de seconde nécessaire au faisceau pour remonter du bas au haut de l'écran et pour commencer à tracer l'image suivante. Ce laps de temps est connu sous le vocable d'intervalle de synchronisation verticale. La commande d'aiguillage, commandée par un générateur de signaux de synchronisation (voir ci-dessous), permet de passer d'une caméra à l'autre pendant cet intervalle où l'écran est vide et d'obtenir ainsi des raccords nets. Si la commutation se fait hors de cet intervalle, l'image se "déchire" ou se brouille. Le prix des commandes d'aiguillage varie de \$500 à plus de \$10,000 selon leur sophistication et leur capacité d'accommodation de sources de signaux. Certains modèles les plus coûteux sont capables d'effets spéciaux tels que volet ou juxtaposition d'images.

Lorsqu'on utilise plusieurs microphones, il faut avoir recours à un mélangeur audio. Leur prix varie d'environ \$200, pour un appareil simple à quatre canaux, à plus de \$5,000 pour des appareils complexes.

Un microphone de \$50 à \$100 suffit pour les émissions communautaires. Dans cette catégorie, vous pouvez utiliser des micros-cravates ou des micros sur pied ou sur table, et même les deux à la fois si le mélangeur audio le permet.

Nous avons examiné jusqu'ici les éléments essentiels de l'enregistrement de l'image; caméra, magnétoscope, commandes d'aiguillage et mélangeurs audio. Nous allons maintenant étudier certains appareils régulateurs les plus courants.

Pour contrôler plusieurs caméras utilisées en conjonction avec des appareils de commutation et de mixage,

on utilise un générateur de signaux de synchronisation qui donne des impulsions électriques de nature à "jumeler" les appareils employés à l'extérieur ou en studio et à stabiliser l'image et le son transmis au récepteur. Sans un bon générateur, l'image risque de perdre sa stabilité verticale ou horizontale et de se "déchirer." On les trouve chez de nombreux fabricants et c'est un achat qui en vaut la peine.

Pour assurer la qualité et l'uniformité de l'image lorsqu'il y a transition d'une caméra à une autre, il faut vérifier l'image au moyen d'un écran témoin de forme d'ondes. Il s'agit d'un oscilloscope conçu pour le contrôle de l'image. Vous pouvez y voir d'un coup d'oeil si le rapport des pulsations de synchronisation et des signaux image est correct, et vérifier la qualité et la forme des pulsations elles-mêmes. Cet appareil permet aussi un ajustement précis des niveaux vidéo, assurant un bon rapport signal-bruit. C'est un outil précieux que l'on trouve dans les salles de régie de la télévision communautaire. Bien qu'un amateur puisse le déchiffrer et l'utiliser correctement, seul un spécialiste peut en maîtriser toutes les subtilités.

Le vumètre ou décibelmètre permet de mesurer le volume relatif d'un microphone par rapport aux autres entrées audio telles qu'établies par les commandes de volume sur le mélangeur de sons. Facile à comprendre, il assure l'uniformité des diverses sources sonores.

Une des innovations les plus importantes est le correcteur de base de temps de plus en plus utilisé en dépit de son prix élevé. On l'utilise avec les magnétoscopes à balayage hélicoïdal.

Ces appareils ont un désavantage qui les empêche de produire une image parfaitement stable; ce sont ces ondulations ou vacillations de l'image dont nous avons déjà parlé. On peut les éviter grâce au correcteur de base de temps. Nous en avons vu deux genres à l'oeuvre: le modèle Delta 44 fabriqué par Television Microtime Incorporated et le modèle 500 de Consolidated Video Systems. Tous deux donnent une image d'une stabilité à toute épreuve même si l'enregistrement, avant de passer par le correcteur de base de temps, souffre de l'instabilité caractéristique du système de balayage hélicoïdal. Ces appareils sont coûteux: entre \$9,000 et \$12,000 d'image des C'est dire qu'il faut y mettre le prix pour obtenir la stabilité réalisée par les stations de télévision conventionnelles. En somme, les correcteurs de base de temps sont encore des articles de luxe.

Quels que soient les appareils que vous utilisez à l'extérieur ou en studio, faites quelques essais et étudiez-en les résultats sur vos écrans de contrôle avant d'enregistrer l'émission. Ces quelques secondes de répétition vous épargneront la déception de ne pouvoir obtenir de votre émission l'effet désiré et donneront aux réalisateurs l'occasion de corriger les défauts d'éclairage ou de mélange de sons avant l'enregistrement.

Si vous utilisez un appareil doté d'un dispositif de montage (nous y reviendrons en détail), assurez-vous que les transitions sont nettes et sans heurt.

Si vous tournez à l'extérieur, profitez du soleil en l'ayant toujours derrière votre épaule quand vous faites face au sujet. Si le temps est nuageux, évitez de placer le sujet devant de vastes étendues de ciel gris. Cette luminosité risque de dominer votre éclairage et de faire apparaître le sujet en silhouette. Elle produit souvent une forte compression des pulsations de synchronisation dans les caméras automatiques et cause des difficultés au moment du visionnement ou du repiquage. N'oubliez pas d'utiliser tous les filtres optiques pour lumière du jour fournis avec la caméra, surtout s'il s'agit d'un Plumbicon.

Variez vos prises de vues. Utilisez fréquemment les gros plans et évitez les grands angulaires qui réduisent les dimensions de votre sujet sur l'écran. Faites vos panoramiques lentement et de préférence avec le grand angulaire plutôt qu'avec une téléobjectif pour obtenir un meilleur déroulement et plus de continuité.

A l'intérieur, utilisez une lampe si vous le pouvez. Une lampe quartz de 500 watts placée près de la caméra donnera plus de clarté et de précision à votre image. Assurez-vous que la lumière ne se reflète pas sur un mur luisant ou sur une surface de verre. Ne placez pas la personne que vous filmez devant une fenêtre ou une autre source de lumière intense à moins que vous ne vouliez obtenir un effet de silhouette. Les fabricants de matériel d'éclairage pour la télévision publient des brochures sur l'éclairage. Les principaux fabricants d'appareils photos publient aussi des manuels peu coûteux et fort utiles sur l'éclairage.

Tenez vos microphones assez près du sujet. Comme vous bénéficierez rarement de studios insonorisés, comme ceux des stations de télévision conventionnelles, vous devrez expérimenter pour obtenir un bon enregistrement des voix, excluant le plus possible les bruits de fond. S'il y a des appareils bruyants à proximité, ou une forte circulation automobile, placez le micro le plus près possible de la source sonore. Enveloppez d'un bas de nylon le micro que vous utilisez à l'extérieur; vous diminuerez ainsi les bruits causés par le vent.

Voilà une série d'éléments dont vous devez tenir compte lorsque vous enregistrez une émission à l'extérieur ou en studio. Avec le portapak, il vous faudra parfois attendre de meilleures conditions sonores avant de poursuivre, car cet appareil est très sensible aux bruits ambiants.

Voyons maintenant quels sont les éléments supplémentaires qui vous aideront à produire des émissions véritablement réussies. De bons appareils de montage, sûrement. On ne peut s'attendre à enregistrer un documentaire d'une demi-heure sans accumuler beaucoup de métrage et sans en faire un montage. Le montage vous permet de signoler votre produit et d'y introduire de la variété. Malheureusement, cette opération est difficile à réaliser avec la plupart des appareils portatifs et il est même parfois très ardu de la réaliser en studio. Comme le portapak est si répandu, nous vous renvoyons à une brochure technique publiée par

l'Office national du Film du Canada, intitulé: "Modifications apportées au magnétoscope en vue d'améliorer le montage des enregistrements magnétoscopiques sur ruban demi-pouce." On y décrit comment faire le montage de ce ruban et obtenir des résultats presque aussi satisfaisants qu'avec des appareils professionnels coûteux. La méthode a été mise au point par M. Robert Forget de l'O.N.F., qui a connu les frustrations inhérentes au montage et à l'assemblage d'émissions réalisées au moyen d'appareils portatifs. Avant les travaux de M. Forget et des techniciens de l'O.N.F., la qualité d'un montage dépendait souvent du hasard et de l'intuition.

Ces spécialistes ont conçu un moyen de jumeler deux appareils et de les opérer grâce à un même commutateur. Il devient ainsi possible de faire le montage avec la certitude que l'image et la piste sonore des deux appareils seront synchronisées.

Il est impossible d'apporter les modifications nécessaires à l'équipement sans l'aide d'un expert bien équipé. Vous pouvez obtenir un exemplaire de la brochure en vous adressant aux Services techniques et artistiques, Office national du Film du Canada, Case Postale 6100, Montréal 101, Québec, Canada. Si vous êtes un amateur enthousiaste, vous comprendrez mieux la méthode en lisant le bulletin en compagnie de votre technicien.

Il faudrait enfin parler de l'avenir des émissions communautaires. Certains systèmes d'Amérique du Nord sont dotés de câbles doubles et d'autres d'amplificateurs à deux voies ce qui permet la transmission à deux sens. Grâce à cet équipement, on peut transmettre des émissions depuis n'importe quel point du système vers un studio ou un contrôle central. Bien que ce genre de programmation ait déjà été réalisé en Amérique du Nord, avec assez de succès, il n'est pas encore très répandu; il offre cependant des possibilités fascinantes. A mesure que les divers systèmes de câble se doteront de cet équipement, le dialogue entre les communautés et les émissions émanant de centres multiples deviendront des réalités. Certains systèmes tel celui de QCTV à Edmonton ont incorporé cette notion dans leurs structures techniques.

La plupart des canaux communautaires utilisent maintenant le téléphone pour animer leurs émissions. L'équipement nécessaire pour mettre en ondes une conversation téléphonique peut être très complexe, mais il peut aussi être fort simple. Le téléphone ordinaire auquel on ajoute un microphone donne des résultats fort satisfaisants si l'on surveille la rétroaction. Certaines des émissions les plus intéressantes reposent sur ce moyen d'animation des plus simples.

Devant l'enthousiasme suscité par le perfectionnement des magnétoscopes et de caméras ultra-légères il importe de ne pas oublier l'utilité du medium film. Eastman Kodak Co. a récemment mis sur le marché les caméras Ektasound, modèles 130 et 140, pour film Super-8 magnétique. Ces caméras coûtent environ \$500 et paraissent intéressantes lorsqu'il s'agit de travailler à peu de frais avec un appareil portatif. Elles

sont légères, petites, avec source d'énergie et système sonore incorporés. Le Videoplayer de Kodak, modèle VP-1, pourrait être le compagnon idéal de la caméra Super-8 Ektasound. Cet appareil fait passer une cassette Super-8 directement sur le système de câble en donnant un son et une image de bonne qualité. Le prix est d'environ \$1,500.

Le film sonore n'est pas la seule solution: dans une localité moyenne, il existe probablement des centaines de caméras 8mm qui peuvent servir à filmer des activités locales. Puisqu'on peut faire un montage avec un tel film, il est possible d'exercer une activité créatrice si le système local de câble à une installation permettant de mettre en ondes du film 8mm. Il n'est pas difficile de fabriquer des bandes sonores pour les accompagner.

Pour réaliser des émissions sur film, il faut avoir un minimum d'équipement de montage. Pour le muet, vous aurez besoin de deux réembobineuses, d'une visionneuse et d'une colleuse.

Pour le montage d'un film sonore, il faut ajouter un lecteur qui permet d'entendre le son correspondant à l'image pour que les coupures et le montage soient effectués au bon endroit.

On peut encore ajouter à l'intérêt visuel d'une émission au moyen de diapositives 35mm. Documentaires et discussions peuvent être rendus plus vivants si l'on sait utiliser de bonnes photos. En outre, le 35mm est économique, peu encombrant et il permet de travailler rapidement dans toutes les conditions. Presque tous les studios de câble ont un projecteur de diapositives parmi leurs instruments de base.

Que vous utilisiez le film ou des diapositives, souvenez-vous que le système vidéo utilisé en conjonction avec le système de projection ne transmet que 70% de la surface de l'image originelle. Assurez-vous qu'aucun détail visuel important ne se trouve à la périphérie de l'image, car il ne se rendra pas jusqu'à votre public.

Il faut ajouter certaines remarques sur l'avenir des émissions communautaires. La majorité des écrits actuels seront sans doute désuets demain tant le progrès technique est rapide. Cependant, plusieurs des perfectionnements qui seront disponibles dans un avenir rapproché peuvent servir de points de repère dans l'évolution de ce moyen de communication. L'utilisation du système bi-directionnel, visant à stimuler la véritable participation dans une société démocratique, constituera sans doute un défi des plus passionnants. Les magnétoscopes de l'avenir seront de format plus réduit et comporteront un correcteur de base de temps et tous les dispositifs voulus pour la couleur. Dans le domaine du film, on nous fournira de nouveaux procédés plus rapides pour le développement des pellicules à domicile. On est à mettre au point, par exemple, un film couleur sonore à développement instantané.

Il n'en reste pas moins que nous disposons aujourd'hui de bons appareils. C'est à vous tous, utilisateurs et à votre système de câble, de faire preuve d'imagination

et de dynamisme pour les mettre à votre service et au service de la collectivité.

Annexe: La télévision par câble

HISTORIQUE

Au début de l'ère de la télévision, dans les années cinquante, le téléviseur ou poste récepteur était aussi encombrant que les premiers appareils de radio des années trente. L'écran était très petit et il fallait une antenne pour capter les ondes. La méthode la plus simple consistait à fixer à l'appareil deux tiges métalliques verticales pouvant être orientées selon divers angles et voilà! l'image se matérialisait. Ces "oreilles de lapin" firent place à l'antenne extérieure qui devint un symbole de la prospérité des banlieues.

A mesure que cette prospérité se manifestait et que les villes grandissaient, la croissance urbaine commença à nuire à la réception des images télévisées. Les antennes s'étirèrent en hauteur, mais elles ne semblaient jamais suffire. Si on construisait un immeuble élevé au bout de votre rue, il était peu probable que vous puissiez éviter les interférences et les images brouillées.

Entretiens les communautés isolées devaient faire face à un autre problème. Vu leur éloignement des stations de télévision, il leur était à peu près impossible de capter les images. Ce problème fut résolu par ce qu'on a appelé le "système de télévision par antenne collective" ou S.T.A.C. On estime généralement que le premier système a été mis au point à London, Ontario, où quinze abonnés ont été reliés en 1952 à une antenne réceptrice élevée. La mise en commun des ressources rendait possible l'érection d'une antenne suffisamment élevée pour capter tous les signaux de télévision présents. A partir de cette "tête de ligne," ces signaux étaient acheminés par câble jusqu'au domicile des personnes disposées à participer au coût d'entretien de l'antenne et du câble lui-même.

Puis on décida que cette solution pourrait également s'appliquer aux villes. Des entreprises surgirent et obtinrent des licences des organismes gouvernementaux appropriés—d'abord du ministère des Transports et maintenant du Conseil de la Radio-Télévision canadienne (C.R.T.C.). Il importait d'assurer une croissance ordonnée, sur une base monopolistique, afin de rendre la chose praticable et de veiller à l'égalité des chances de tous les citoyens d'une ville de recevoir le service. Les entreprises installèrent leurs antennes géantes et leurs câbles. Pour une somme mensuelle modique, la télévision sans interférences était de nouveau une réalité.

La télévision par câble est, ainsi que son nom l'indique, la télévision transmise par un câble. Il en va de même pour la radio MF par câble. En général, on obtient aussi l'accès à des stations trop éloignées pour être captées avec une antenne normale sur le toit de sa maison. Mais tout cela concerne la télévision "spectacle" et cet ouvrage se concentre essentiellement sur la télévision

"active." Nous poussons donc notre analyse plus avant.

LE FONCTIONNEMENT

Revenons à cette énorme antenne collective, appelée "tête de ligne." Elle recueille les différents signaux, les introduit dans un appareil qui les décode, puis dirige chacun des signaux vers un appareil de télévision. Dans cette régie centrale, les signaux sont reconvertis en impulsions électroniques—à la façon de l'émetteur de la station de télévision. Puis ils sont introduits dans le câble ou plus précisément le long d'une ligne principale à plusieurs embranchements, pour finalement aboutir au câble qui pénètre dans votre maison et que l'on appelle "branchement." Au niveau de la "tête de ligne" le canal 5 peut être converti en une nouvelle fréquence et devenir le canal 12, ou tout autre canal choisi par l'entreprise de télévision par câble. C'est pourquoi il arrive souvent que des canaux soient présentés sur une fréquence différente lorsqu'on les reçoit par le truchement du câble. Cette mesure n'a pas pour but de créer la confusion chez les téléspectateurs, mais bien d'assurer une meilleure qualité dans la réception des signaux. Si une station de télévision locale émettait sur le canal 5, elle créerait des interférences avec la signal retransmis par le câble sur ce canal, à cause du retard d'arrivée du signal du câble par rapport au signal "en direct" qui seraient tous deux captés par votre téléviseur. Pour assurer une meilleure réception, ce canal ne sera normalement pas utilisé par la compagnie de télévision par câble, et le canal 5 sera reçu sur un autre canal, par exemple le 12.

Les signaux du câble sont acheminés le long des lignes de distribution un peu à la façon de l'eau dans le système de canalisation d'une ville, aboutissant dans les divers appartements et maisons des usagers. Votre téléviseur joue alors son rôle de démodulateur: il traduit le signal reçu en une image cohérente.

LA PROGRAMMATION COMMUNAUTAIRE

Si vous lisez ce guide, vous souhaitez sans doute utiliser vous-même la télévision par câble. Voyons de quelle manière cette publication peut vous être utile.

Le C.R.T.C., l'organisme qui attribue les licences aux entreprises de télévision par câble, a décidé qu'elles pourraient également jouer un rôle de medium communautaire. Dans un certain nombre de communautés isolées comme Whitehorse, Yukon, la programmation communautaire existait déjà depuis des années. Ce rôle de media communautaires semble assez naturel, vu que toutes les licences sont octroyées pour des régions géographiques données. Les mass media, journaux, stations de radio et de télévision, ont à desservir des couches de population beaucoup plus vastes et diversifiées. Le câble pouvait donc devenir un diffuseur restreint, aidant les voisins à communiquer entre eux, qu'ils se trouvent à un coin de rue ou à un mille les uns des autres au sein de la même communauté.

On joignit donc, à chaque licence d'exploitation accordée à une entreprise de câble, une requête demandant qu'un canal soit réservé à ce nouveau rôle. Les émissions communautaires proviendraient d'un studio ou d'un autre type de centre de distribution. Elles seraient dirigées vers la "tête de ligne" pour faire ensuite partie du flot d'émissions transmis par le câble, utilisant un canal qui, autrement, demeurerait vacant.

La distribution d'émissions communautaires signifiait, en termes techniques, que le câble lui-même cesserait d'être un système de diffusion unilatéral. A l'origine, la plupart des systèmes assurait une circulation, comme nous l'avons dit plus haut, depuis la "tête de ligne" jusqu'au récepteur individuel. Maintenant, il est avantageux pour le système de câble de faire une insertion directe dans le système à partir de divers points d'origine. Ce peut être depuis un centre sportif ou depuis l'Hôtel de ville. Les systèmes présentement en voie de construction permettront un échange réellement bilatéral, grâce à un système de "boucles" remplaçant la méthode actuelle qui consiste simplement à alimenter les téléviseurs des abonnés à partir d'une ligne principale. Pour être "reçu," il suffira de brancher une caméra au câble dans n'importe quelle maison le long du système.

Le système de câble fonctionne actuellement à deux niveaux, comme service dédié exclusivement à la transmission et comme medium communautaire. Le coût de distribution des signaux est fonction du tarif de location que la plupart des systèmes de télévision par câble doivent verser à la compagnie de téléphone ou aux entreprises de services publics pour l'utilisation de ses poteaux ou de ses conduits souterrains. Le coût d'installation original s'élève en moyenne à \$6,000 pour une longueur d'un mille. L'installation d'une antenne de "tête de ligne" et l'équipement complémentaire peuvent entraîner des frais allant jusqu'à un quart de million de dollars.

En 1973, des 388 systèmes de télévision par câble détenant une licence au Canada quelque 139 produisaient des émissions communautaires. Ici encore, l'investissement en studios et en équipement dépend de plusieurs facteurs: l'importance du système, le degré de mobilité de l'équipement, le niveau de perfectionnement de la technique audio-visuelle lors de l'achat du matériel, etc.

Le ministère fédéral des Communications a heureusement fixé des normes techniques minima pour la construction et l'exploitation des systèmes canadiens de câble de sorte que les émissions que vous transmettez dans votre localité atteignent le téléspectateur avec une perte minimum de qualité.

Les techniques de production

Stephen Moss

La plupart des productions de la télévision communautaire sont réalisées dans des conditions difficiles et c'est une réalité que les réalisateurs doivent affronter tous les jours. Les ressources, l'équipement et les possibilités techniques sont en général passablement limités. Voyons-en les implications au niveau de la qualité des productions. Les émissions communautaires doivent-elles nécessairement être ennuyeuses, mornes et sans attrait à cause des aléas de la production? En abordant cette question, il faut rappeler les deux points suivants: d'abord, toute production télévisée, professionnelle ou autre, est réalisée dans des conditions difficiles: manque de temps, ressources financières et humaines limitées, etc. Même les émissions les plus prestigieuses des grands réseaux doivent se plier à des paramètres qui limitent leurs possibilités. A cet égard, les productions communautaires sont dans une situation semblable, bien que les inconvénients soient généralement plus nombreux. Ensuite, les facteurs liés à la production – temps, argent, personnel, équipement – ne peuvent garantir à eux seuls une production de haute qualité. D'autres facteurs tels la perception du sujet traité et l'aptitude à exposer et à présenter clairement un sujet sont au moins aussi importants. Ils agissent aussi fortement sur les productions communautaires que sur la télévision conventionnelle.

Dans cette perspective, cet article suggérera des moyens de réaliser des émissions de qualité sur les plans de la création et de la technique. Je tenterai de démontrer qu'en apprenant à modifier l'équipement disponible, en expérimentant et en introduisant différentes techniques de réalisation, il est possible d'améliorer les productions communautaires à un degré que vous n'auriez peut-être pas cru possible. Je traiterai séparément des outils et des techniques de production. Je formulerai des suggestions dans l'espoir de vous aider à agrandir l'éventail des possibilités s'offrant à vous au moment de la préparation d'une émission. Je n'essaierai pas de décrire l'ensemble des outils et des techniques utilisés au cinéma et à la télévision, car des études plus approfondies ont déjà été publiées¹. Les suggestions de cet article ont pour objet de vous encourager à découvrir l'information utile sur la production, et ainsi porter à son point optimal votre potentiel de production.

Appareils et installations

Tout d'abord, que peut-on faire avec un équipement se limitant à un ensemble caméra-magnétoscope? Votre travail sera plus difficile et, par conséquent, pour rendre un sujet visuellement attrayant, il vous faudra travailler dur. Une telle situation n'est pas désespérante pour autant. Il est possible de l'améliorer en transgressant

certaines règles et en palliant aux carences par une technique inventive. Renoncez à l'idée de produire des images bien polies, atteignant une perfection plastique; abandonnez votre caméra fixe et, si possible, rapprochez-vous de votre sujet. N'essayez pas d'imiter les techniques élaborées des équipes de production professionnelles, car, avec une seule caméra, vous vous retrouverez avec des séquences interminables d'un même sujet, qui, bien qu'elles puissent se révéler parfaites en elles-mêmes, aboutiront inévitablement à des représentations ennuyeuses. Examinez plutôt avec un oeil critique les films de reportage et les documentaires dans lesquels on utilise la technique de tournage de "caméra au poing" où cette technique devient parfois une forme d'expression artistique. Familiarisez-vous avec ce travail de recherche et d'approfondissement, qui insiste sur les gros plans; mais demeurez dans les limites des possibilités de votre équipement. J'énoncerai ici certaines règles essentielles. Livrez-vous à des expériences sur le "montage dans la caméra", prises. Si vous travaillez avec un équipement vidéo portatif vous pouvez stopper l'enregistrement et vous déplacer. Le dispositif de mise en marche de ces appareils est convenable. Quoique valables, les résultats ne valent pas ceux obtenus par montage. En modifiant l'interrupteur du bouton de commande situé à l'intérieur de la caméra, il est possible de rendre ce dispositif encore plus maniable; le bouton de commande pouvant fonctionner à la manière de celui d'une ciné-caméra; il suffit d'appuyer afin de mettre l'appareil en marche et de relâcher pour l'arrêter. Cette modification simplifie le montage réalisé "dans la caméra" et réduit l'importance du déclic sonore produit par le maniement du bouton.

Essayez de filmer un sujet à partir du niveau du sol ou d'un escabeau, afin d'obtenir des angles différents. Rappelez-vous que la variété et le mouvement permettent de pallier aux difficultés inhérentes aux productions réalisées avec une seule caméra. Vous serez peut-être tenté de réaliser cette variété par l'utilisation fréquente de l'objectif à focale variable (zoom), mais employez modérément cette technique. Elle risque d'attirer l'attention sur la technique plutôt que sur le sujet traité. Utilisez plutôt l'objectif à focale variable pour avancer ou reculer légèrement, pour centrer et composer l'image, pour mettre en relief certains détails et souligner les gros plans (la télévision se nourrit de gros plans). Si vous déplacez votre caméra lentement, une certaine tension semble se créer entre les prises de vues, captant ainsi davantage l'attention des spectateurs. En travaillant ainsi le rythme et la composition des prises de vues, il sera possible d'apporter une dimension nouvelle à vos réalisations.

A cause des limitations inhérentes à cette forme de tournage, il est inévitable que les réalisateurs qui y

recourent soient très dépendants de la technique, et cela peut constituer une expérience formatrice. Une production problématique force l'innovation et la création. Néanmoins les restrictions imposées par le tournage avec caméra unique sont importantes; fort heureusement la plupart des installations de production à la disposition de la communauté sont au-delà de ce strict minimum; dans plusieurs cas deux ou trois caméras et un studio sont disponibles. Avec ces installations, les possibilités de production s'améliorent considérablement.

LE STUDIO

Songez au potentiel que représente le studio lui-même. Vous disposerez d'un espace défini où différentes ambiances peuvent être créées pour convenir à n'importe quel sujet. L'équipement nécessaire à l'éclairage sera à votre disposition, vous permettant de donner de la profondeur et de "sculpter" votre sujet ou de "peindre" la scène. Vous aurez le choix des prises de vues, des angles, de la composition et du traitement du sujet. Vous aurez les moyens de faire le découpage et le montage de vos images et peut-être même de produire certains effets spéciaux tels que volets et superposition. Pour accompagner vos images, vous serez en mesure de produire un trame sonore contrôlée, car vous aurez la possibilité d'amalgamer les sons de sources diverses en superposant la musique, le son simultané et les effets sonores. Ces aspects de la production en studio devraient être examinés d'un point de vue critique, et non simplement pris pour acquis. Sinon vous ne pourrez exploiter à fond les possibilités de transformation que vous offrent ces différents aspects.

Quant aux accessoires et aux arrières-plans, c'est une erreur de s'en tenir exclusivement à la table et aux chaises conventionnelles avec un rideau neutre comme fond de scène. Songez plutôt à utiliser des objets courants tels que cartons d'emballage ondulés, contenant à oeufs, "styrofoam" servant à l'emballage, ou cylindres de carton provenant de rouleaux de papier. Tous ces objets peuvent être utilisés dans l'aménagement d'arrières-plans. Un décor fabriqué avec des objets aussi légers permet de multiples variations. Les matériaux peuvent être fixés à de grandes feuilles de contreplaqué ou de "masonite", ou simplement à un mur du studio. Vous pourrez même vous passer de la table et des chaises en construisant des praticables (plates-formes) à différents niveaux qui peuvent servir de sièges ou d'appui. De cette façon, il sera plus facile d'utiliser l'arrière-plan pour mettre les personnes ou les objets en valeur. Vous voudrez peut-être incorporer un élément graphique à l'arrière-plan, soit une carte géographique, un tableau, un "logo" ou le titre de l'émission. Ces éléments pourront être utilisés pour le début ou la fin de l'émission, ou comme transition permettant de passer en douceur d'une partie à une autre de l'émission.

Une façon peu coûteuse de fabriquer des lettres d'un grand format ou de tracer une esquisse devant servir au décor, consiste à les dessiner ou à les imprimer au

stencil sur de petits cartons dont le format offre un rapport 3:4, puis d'en faire des diapositives avec un appareil 35 mm. Elles seront ensuite projetées sur des plaques de mousse de polyuréthane d'un pouce et vous pourrez déplacer le projecteur pour obtenir la grandeur d'image désirée. Tracez les contours de l'image sur la mousse avec un marqueur et découpez cette image avec un couteau. Une fois découpé, on peut peindre le décor à l'aide d'un vaporisateur, puis le suspendre à des câbles fixés au plafond ou le déposer sur des supports placés sur le plancher du studio. En recourant à de telles méthodes, il est possible de construire des décors originaux.

Une fois que vos décors sont en place, vous devrez utiliser l'éclairage pour obtenir le maximum d'effet. Un éclairage dirigé et une utilisation ingénieuse des ombres sont susceptibles d'insuffler une émotion nouvelle à vos productions et de vous permettre de tirer le maximum d'effet des accessoires et des décors. Vous pouvez peut-être monter deux ou trois décors dans votre studio, chacun avec sa propre zone d'éclairage, séparés les uns des autres par des couloirs d'ombre. Il vous sera alors possible de réaliser une construction dramatique en recourant à un jeu parallèle. Ce qui signifie que des événements simultanés sont enregistrés par les mêmes caméras qu'il suffit de déplacer d'une scène à l'autre par un travelling ou un panoramique. Cette technique permet d'accroître la puissance d'évocation. Rappelez-vous également que vos projecteurs ne doivent pas nécessairement être tous suspendus au plafond du studio; en éclairant les visages et les objets de biais, et spécialement par-dessous, il est possible d'obtenir des résultats saisissants que vous pourrez utiliser dans certaines circonstances spéciales.

La caméra devrait pouvoir être haussée et abaissée, en plus de s'incliner. En modifiant le chariot, vous pourriez arriver à faire des prises de vue à partir du niveau du sol, ce qui vous permettrait d'obtenir des effets visuels intéressants. C'est en grande partie par ignorance qu'un si grand nombre de productions communautaires sont entièrement tournées à hauteur de poitrine; tout simplement parce que l'opérateur juge cette position plus confortable. Ce genre d'attitude devra être remis en question si vous désirez tirer le maximum de votre équipement. Une utilisation inventive de la caméra de studio sur chariot demande un travail considérable, mais essentiel pour tirer le meilleur parti possible du sujet traité. Une grande partie de la difficulté tient à la construction inadéquate des chariots; vous pourrez y remédier par quelques modifications. Un conseil utile: construisez une plate-forme sur le chariot à environ six pouces du sol; placez-y des poids, pour en accroître la stabilité (par exemple, des blocs de ciment). Si vous êtes habile, vous pourriez trouver une façon de fixer la caméra à cette plate-forme pour les prises de vues au sol. Assurez-vous qu'un dispositif protecteur est bien fixé autour des roues du chariot afin qu'elles repoussent les câbles et les fils plutôt que de buter contre eux en se déplaçant. Surtout, veillez à lubrifier et à entretenir votre chariot afin qu'il fonctionne en douceur et en silence.

Plusieurs studios souffrent d'un manque d'espace. Ceci risque de limiter sérieusement vos possibilités de production, si vous ne savez pas faire preuve d'un esprit créateur. Un vieux truc, toujours aussi valable, consiste à employer des miroirs pour allonger la distance entre le sujet et la caméra (rappelez-vous que le fait de photographier un sujet à une certaine distance d'un miroir diminue sa taille). Peut-être serez-vous obligé de filmer à travers une porte menant au studio, ou même à travers la vitre du poste de régie, pour obtenir l'effet désiré. Le fait de préparer minutieusement la disposition du studio et de l'équipement peut être très utile dans ce cas, et certains studios sont munis de fils, de câbles et même d'accessoires suspendus au plafond pouvant être soulevés à volonté hors du champ de la caméra. Une organisation et un contrôle efficaces des étapes de production sont essentiels dans un petit studio. Un bon cameraman agissant également comme régisseur peut accomplir des miracles.

Il est bon d'avoir des miroirs dans un studio même si l'espace est convenable. Ils peuvent servir à des prises de vues en plongée; il faut alors les disposer soigneusement selon un angle défini par rapport à la grille d'éclairage ou au plafond, de manière à ce que la caméra puisse être dirigée vers eux et ainsi capter le sujet par le haut.

L'utilisation des graphiques et des photographies constitue un bon moyen d'améliorer vos productions de studio. Ils peuvent servir aux séquences du début, de la fin et au générique; ils peuvent également être incorporés à l'émission elle-même. Gardez toujours présents à l'esprit certains principes de base lors de la conception des graphiques. Premièrement, tous les sous-titres ou les caractères écrits doivent être disposés de façon à respecter le format standard requis par la télévision; vous devriez faire attention à ce que le dessin ne s'étende pas trop près du bord de la carte de format 3:4 sans quoi l'image risquerait d'être tronquée. Si vous vous servez de diapositives, rappelez-vous qu'une certaine partie des diapositives (à la périphérie) sera hors champ. Par conséquent, centrez bien les éléments. Deuxièmement, si vous préparez votre matériel graphique en utilisant des lettres ou des caractères blancs sur fond noir au lieu de la combinaison plus conventionnelle "noir sur blanc", vous pourrez les superposer à vos images de studio. C'est là un procédé fort utile, particulièrement pour les séquences de titres et de génériques.

Le matériel graphique peut être présenté efficacement de plusieurs façons: par exemple, le tambour à titres permet de dérouler lentement et uniformément une série de graphiques devant la caméra, ou encore la méthode plus simple des cartes. En fixant les cartes du générique aux murs du studio, on peut se servir de l'une des caméras pour enregistrer les séquences utilisant le matériel graphique. Une méthode plus délicate consiste à incorporer minutieusement le matériel graphique au décor de façon à ce que la caméra puisse exécuter un panoramique ou une mise au point soudaine. Une troisième possibilité, dans le cas d'un petit studio, est

de demander à une personne faisant partie de l'émission de tenir la carte portant le titre. Elle pourra ensuite la laisser tomber se révélant et permettre à l'émission de commencer.

Lorsque vous vous servirez de textes ou de photographies, rappelez-vous qu'il n'est pas nécessaire de montrer l'ensemble de la carte ou de la photo du premier coup et que, en l'enregistrant avec la caméra en position maximale de téléobjectif, vous pourrez littéralement tourner autour du sujet, le laissant apparaître graduellement. Vous pourrez également vous servir de l'objectif à focale variable pour vous rapprocher ou vous éloigner d'un point spécifique sur la carte ou sur la photographie et combiner ceci avec divers mouvements de caméra. Cette utilisation de la caméra, qui réalise une espèce de synthèse visuelle, vous permettra de faire passer des opinions concernant le contenu de votre matériel, par exemple en mettant l'accent sur un personnage-clé ou en faisant ressortir un rapport particulier entre deux personnages.

EXTERIEURS

La question des insertions graphiques et photographiques nous amène à faire un pas plus avant dans le domaine des productions limitées par un budget modique. Une fois qui vous aurez découvert et exploité le potentiel du studio lui-même, vous devriez songer aux dimensions additionnelles que donnent le tournage de séquences à l'extérieur. Quelle que soit votre créativité dans l'élaboration des décors et de l'éclairage, c'est un fait reconnu qu'à la télévision une séquence de studio aura presque toujours l'air d'une séquence de studio, et que si vous voulez imprégner votre spectacle de réalisme, il vous faudra descendre dans la rue. Certaines des équipes de production communautaire les mieux organisées sont équipées pour ce genre de tournage avec des caméras de télévision mobiles, une console de commandes d'aiguillage et des magnétoscopes conçus pour être placés à bord d'un camion et contrôlés depuis ce camion. Un équipement aussi complet pour le tournage à l'extérieur est sans doute enviable, bien que la préparation d'une émission tournée dans un lieu éloigné soit compliquée et requière beaucoup de temps. Il y a d'autres méthodes très acceptables, à la fois plus simples et moins coûteuses, qui permettent également d'aller chercher des séquences à l'extérieur. Deux méthodes en particulier méritent d'être envisagées. La première implique l'utilisation de l'équipement vidéo portatif ou d'un matériel semblable comprenant une caméra et un magnétoscope portatif et la deuxième repose sur l'utilisation du film Super-8.

Malheureusement l'utilisation du magnétoscope portatif présente plus d'un problème, et exige une grande quantité d'expériences et d'adaptations pour donner un rendement efficace. Bien qu'il soit conçu de façon à être totalement portatif, l'appareil est en fait passablement lourd et il devient difficile de contrôler la stabilité de la caméra lorsqu'on doit supporter le poids d'un magnétoscope en bandoulière. Pour y remédier, on peut déposer le magnétoscope par terre et se servir

d'un câble de rallonge qui assure la mobilité voulue. Ce n'est qu'une solution partielle, puisque vous ne pouvez pas dépasser le rayon d'action du câble, sans compter qu'il risque de devenir encombrant si vous devez revenir constamment sur vos pas. Comme autre possibilité, vous pourriez fabriquer un harnais pour le magnétoscope permettant de mieux répartir son poids sur vos épaules et faciliter vos mouvements. Si le harnais ou sac à dos est bien conçu, il devrait être possible d'attacher à l'avant un support sur lequel viendra s'appuyer la caméra.² Il permettra d'obtenir des images nettes et stables même lorsque l'objectif est réglé à la position maximale du téléobjectif sans pour autant restreindre la mobilité. Ainsi employé, l'équipement vidéo portable devient un atout extrêmement précieux; il vous permettra d'enregistrer des séquences d'une haute qualité à peu près n'importe où.³

Si vous cherchez une grande mobilité, il faut songer à l'équipement de format Super-8, qui a évolué rapidement, passant d'un médium destiné aux films de famille à un instrument de tournage raffiné et d'une grande qualité. Les caméras Super-8 constituent le dernier cri en fait d'équipement léger et facile à manier; le potentiel qu'elles représentent pour le réalisateur d'émissions communautaires ne devrait pas être sous-estimé. Avec un appareil Super-8, vous pourrez fixer sur la pellicule des événements inattendus ou des scènes prises sur le vif. Vous ferez l'expérience du tournage au ralenti ou à grande vitesse et vous pourrez même tâter du cinéma d'animation. La plupart des caméras Super-8 sont munies d'un objectif à focale variable très efficace, ayant souvent un rapport grand angulaire-téléphoto plus élevé que l'équipement de vidéo portable. Un équipement Super-8 de qualité vous permettra de réaliser des fondus, de tourner dans de piètres conditions d'éclairage et de prendre des gros plans extrêmement rapprochés. Les possibilités d'efficacité sont considérables grâce à cet appareil.

La souplesse du Super-8 a été améliorée récemment par la mise au point de films à très grande vitesse pour les cassettes Super-8, notamment l'Ektachrome 160 de Kodak et le film noir et blanc de 500 ASA de GAF, et par un nouvel appareil permettant l'enregistrement simultané du son. La mobilité de l'équipement vidéo portable et du Super-8 vous permet d'expérimenter et d'obtenir une matière visuelle passionnante; par exemple en filmant depuis une voiture, un autobus ou un train en marche, ou en vous risquant à de longs travellings à l'aide d'un chariot improvisé. Les chaises roulantes se prêtent particulièrement bien à ce procédé; on peut les déplacer dans n'importe quelle direction en un mouvement souple et contrôlé. Si vous ne pouvez vous en procurer une, utilisez un panier à provisions comme ceux des supermarchés ou à la rigueur un landau.

Lorsque vous vous servirez de votre équipement vidéo portable ou de votre appareil Super-8, faites un effort pour vous familiariser avec les particularités de l'équipement. L'équipement vidéo portable, par exemple, est extrêmement sensible à la lumière; si vous dirigez l'objectif vers un objet très brillant ou vers le soleil, vous pourriez brûler le tube-image. Pour éviter ce risque,

chaque fois que la chose est possible, tournez le dos à la source de lumière et prenez l'habitude de vérifier constamment l'ouverture pendant le tournage. L'ouverture, dans le cas de l'équipement vidéo portable, est contrôlée manuellement. Il vous faudra procéder à un ajustement chaque fois que vous pénétrerez dans une zone plus ou moins éclairée, de façon à conserver la quantité exacte de lumière nécessaire à l'obtention d'une image claire et nette. La plupart des caméras Super-8 possède un posemètre automatique incorporé. Ce dispositif peut toutefois causer certains problèmes, en particulier lorsque vous filmez des personnes ou des objets placés devant un arrière-plan vivement éclairé. Dans une telle situation, la caméra s'ajuste automatiquement à l'intensité de lumière baignant l'ensemble de la scène; les sujets relativement plus sombres seront sous-exposés. La meilleure façon d'éviter le problème est de se servir, si possible, des appareils Super-8 munis d'un dispositif permettant de contrôler manuellement l'ouverture, sans tenir compte du posemètre automatique.

Pour le tournage de scènes exigeant l'enregistrement sonore simultané, telles des entrevues à l'extérieur, l'équipement vidéo portable s'avère généralement plus commode que l'équipement Super-8. Même si vous êtes en mesure de vous procurer un des nouveaux appareils Super-8 à enregistrement sonore synchronisé, le tournage avec son est un procédé relativement coûteux, qui risque de grever rapidement votre budget de production. C'est dommage, car le son obtenu est généralement de bien meilleure qualité que celui produit par l'équipement vidéo portable. Néanmoins, si vous êtes disposé à vous familiariser avec le système sonore de l'équipement vidéo portable et à procéder à de légères modifications, il vous sera possible d'améliorer la qualité du son à un point tout à fait acceptable. Le problème fondamental de l'équipement vidéo portable est qu'il est muni d'un régulateur de niveau automatique. Lorsque la source sonore est momentanément interrompue, les bruits de fond et le bruit du magnétoscope sont subitement amplifiés, ce qui est très désagréable. Une modification fort utile consiste à neutraliser le régulateur de niveau automatique pour installer un bouton de réglage manuel du volume et un vumètre qui permettront de contrôler le volume du son. Soyez prudent toutefois si vous décidez de procéder à cette modification. Obtenez les conseils d'un expert, sinon vous risquerez d'abîmer votre équipement.

Un autre point à souligner au sujet du système de son de l'équipement vidéo portable est le suivant: chaque fois que c'est possible, vous devriez vous servir du microphone portable plutôt que du microphone incorporé. Bien que cela nécessite la présence d'un deuxième opérateur, cela en vaut la peine car la qualité du son est considérablement améliorée. Si possible, n'hésitez pas à prendre des mesures pour réduire l'importance des bruits ambiants, en fermant les appareils tels que climatiseurs, postes de radio etc., et en recherchant les endroits tranquilles. S'il vous est possible d'ajouter la trame sonore par la suite, vous devriez songer à tourner une scène muette en coupant l'entrée du micro sur le magnétoscope au moyen d'une

fiche insérée dans l'entrée "microphone" permettant d'obtenir un son beaucoup plus clair lors de la post-synchronisation.

Lorsque vous travaillerez en extérieurs avec un équipement vidéo portatif ou un appareil Super-8, il sera souvent nécessaire d'utiliser une source d'éclairage supplémentaire, tout particulièrement si vous tournez à la fin de l'après-midi ou le soir. Si vous ne pouvez obtenir des projecteurs portatifs conçus spécialement à cet effet, vous pourriez tenter de vous servir de phares de voiture et d'une pile d'automobile transformables en un équipement de fortune assurant un éclairage fort efficace. Rappelez-vous aussi, lorsque vous vous servez de votre équipement vidéo portatif ou de votre caméra Super-8, de vérifier constamment l'état des piles. Par temps froid, elles se déchargent très rapidement; mieux vaut apporter quelques piles de rechange. Prenez l'habitude de recharger les piles immédiatement avant et immédiatement après une prise de vue; n'oubliez pas qu'une pile qu'on laisse se décharger complètement devient souvent inutilisable. Un autre truc concernant l'équipement vidéo portatif: gardez près de vous des tiges de coton hydrophile ainsi qu'une solution d'hydrate de méthyle afin de nettoyer les têtes. Cette opération est particulièrement importante lorsque vous utilisez des bandes magnétiques déjà anciennes parce que la pellicule oxydée de la bande peut se détacher facilement et risquer de nuire à l'enregistrement de l'image.

EXTERIEURS ET STUDIO

Il y a plusieurs façons d'incorporer les séquences tournées à l'extérieur à la production de studio. Si vous avez à votre disposition une chaîne de télécinéma vous pouvez utiliser le film sans problème. Ces appareils de télécinéma sont dispendieux; certains d'entre eux ne prennent pas le film Super-8. Il vous sera toujours possible de projeter votre film sur un mur du studio et d'enregistrer l'image avec une caméra de télévision. On devrait projeter une image de petit format, de façon à conserver le maximum de netteté. Placez la caméra de télévision au-dessus du projecteur pour éliminer les erreurs de parallaxe et ajustez l'objectif à la position extrême du téléobjectif et aussi près que possible du mur (la plupart des caméras ne peuvent faire le point à moins de cinq pieds). Puis faites jouer l'objectif à focale variable du projecteur ou déplacez-le d'avant en arrière jusqu'à ce que l'image projetée ait les dimensions exactes de l'image de télévision. Des essais plus poussés pourraient vous permettre d'obtenir une variété d'effets spéciaux en combinant films et graphiques. Il est parfois difficile d'incorporer les séquences tournées avec l'équipement vidéo portatif à la production réalisée en studio parce que la modulation d'impulsion synchrone de l'équipement vidéo portatif risque d'être différente de celle de l'équipement de studio. A moins que vous ne disposiez d'un amplificateur de traitement des signaux ou d'un correcteur de base de temps, vous ne pourrez insérer les séquences tournées avec l'équipement vidéo portatif dans votre console de commande d'aiguillage. La solution serait alors de faire

passer les dites séquences sur un écran témoin et les ré-enregistrer avec une des caméras de studio. Là encore, il s'agit de trouver le plus petit écran témoin pour assurer la netteté de l'image. Bien qu'il soit presque certain que l'image captée à partir de l'écran témoin perdra quelque peu de sa netteté, vous pourrez quand même obtenir des résultats tout à fait acceptables. Assurez-vous qu'aucune source de lumière ne frappe directement l'écran sinon la qualité de l'image en souffrira.

MONTAGE ET EFFETS SPECIAUX

Le montage de films Super-8 et de bandes magnéto-scopiques demi-pouce élargit encore vos possibilités de production. Si vous pouvez y consacrer le temps et l'énergie nécessaire, vous pourrez transformer les séquences tournées en extérieurs et les autres éléments insérés dans l'émission en des témoignages puissants qui ponctueront efficacement vos productions en studio. Le montage du film Super-8 est facile à réaliser avec l'aide d'une colleuse et d'une visionneuse. Quelques essais de montage de courtes séquences vous permettront rapidement d'évaluer ce qui peut être fait et ce qui ne peut l'être. Vous serez étonné des résultats. Il est préférable de se servir d'une colleuse à ruban adhésif si vous voulez que les raccords soient invisibles. Une colleuse à ruban adhésif vous permet un meilleur contrôle, car elle ne vous oblige pas à jeter une image chaque fois que vous faites une coupure. Le montage de séquences tournées avec l'équipement vidéo portatif est plus compliqué étant donné que le magnétoscope n'a pas été conçu de façon à se prêter aux coupures nettes. Il est toutefois possible de réaliser un montage rudimentaire en vous servant de l'équipement disponible: placez les rubans des deux appareils au point où vous désirez effectuer la coupure, puis rembobinez-les en leur imprimant un nombre de tours identiques. Vous ferez ce travail à la main, sans vous préoccuper d'évaluer la longueur de ruban rembobiné par le moyen des compteurs incorporés car ces instruments ne sont pas précis. Ce rembobinage est nécessaire pour permettre aux appareils d'acquérir une vitesse normale. Déclenchez les deux appareils en même temps et procédez à la coupure au moment opportun. A force d'expérimenter, vous parviendrez à évaluer avec précision le rembobinage nécessaire.

Un matériel de production plus perfectionné incluera souvent des appareils permettant d'incorporer des effets spéciaux à l'émission tels que juxtapositions d'images, fondus, "chromakey" et volets. Bien qu'on ait tendance à abuser de ces techniques, elles n'en sont pas moins utiles dans certaines situations; il est intéressant de se demander lesquelles peuvent être utilisées avec un équipement moins perfectionné. La juxtaposition, par exemple, peut être obtenue simplement en recouvrant de ruban les deux moitiés opposées des lentilles de deux caméras et en juxtaposant les images ainsi obtenues. La position maximale du téléobjectif est idéale pour ce travail. Les enchaînements en fondu au début et à la fin d'une scène peuvent être réalisés par le réglage manuel du diaphragme de la caméra, qui

consiste à ouvrir graduellement jusqu'à la position voulue puis à fermer à partir de cette position. De même, un fondu rudimentaire peut être réalisé en brouillant l'image au moment de quitter la scène soit pour couper, soit pour exécuter un panoramique vers une autre scène et en refaisant la mise au point sur la nouvelle image.

Vous pouvez tenter de simuler un effet de "chromakey" en vous servant d'un écran placé derrière le sujet sur lequel vous projetterez l'image par derrière. Il faut souligner que pour le réussir, il importe que l'image projetée soit extrêmement brillante et que l'éclairage du sujet placé à l'avant-plan soit orienté de manière à ce que l'écran ne soit pas touché par la lumière. En général, les effets obtenus ne valent pas tout le travail requis pour les produire: néanmoins, il est toujours bon de faire des expériences, ne serait-ce que pour évaluer avec certitude les possibilités de votre équipement.

Technique

Il existe de nombreuses publications traitant des techniques du cinéma et de la télévision. Si vous êtes débutant, vous pourriez commencer par étudier et vérifier certaines des références fournies dans la bibliographie qui se trouve à la fin de cet ouvrage. Rappelez-vous cependant que vous n'apprendrez vraiment qu'en mettant vous-même la main à la pâte. Aucune somme de connaissances théoriques ne vous permettra d'appliquer efficacement les diverses techniques, si vous ne vous êtes pas familiarisé avec celles-ci en travaillant. Le processus d'apprentissage des techniques se simplifiera, si vous êtes en mesure d'établir des rapports avec des problèmes concrets rencontrés au cours de la préparation d'émissions. Dans les pages suivantes, je traiterai des techniques de production en termes généraux, en rapport à la fois avec le cinéma et la télévision. Cependant, ces deux formes d'expression diffèrent sous plusieurs rapports. Vous devez interpréter le texte en l'adaptant à votre medium. J'étudierai tout d'abord certains aspects des techniques du tournage, puis certaines techniques de mise en scène. Suivra un bref commentaire sur les questions relatives au son et à l'éclairage et finalement une étude sur l'art d'organiser le processus de la production.

CAMERAS ET OBJECTIFS

Pour comprendre le fonctionnement des caméras il est nécessaire d'acquérir des notions d'optique, spécialement en ce qui a trait à l'objectif. Vous devez savoir que les objectifs n'ont pas tous le même indice de réfraction de la lumière et possèdent des propriétés très variables. Le grand angulaire est épais et fait converger la lumière beaucoup plus que le téléobjectif. Comme son nom l'indique, il peut couvrir un champ très large. Les rayons lumineux qui pénètrent à travers ces objectifs sont réfractés à un angle aigu et entrent rapidement en foyer après leur sortie de l'objectif. Parce que la distance entre l'objectif et le plan du foyer (ou plan focal) est courte, le grand angulaire est souvent appelé

objectif à courte distance focale. Réciproquement, le téléobjectif est un objectif à grande distance focale et leur angle de réception de la lumière est très aigu; elles sont donc particulièrement adaptées aux gros plans et aux plans éloignés. A mi-chemin entre le grand angulaire et le téléobjectif on trouve les objectifs "normaux" à distance focale moyenne. Chaque type d'objectif offre des avantages spécifiques, tel l'aptitude du téléobjectif à prendre des gros plans et la faculté qu'a le grand angulaire d'embrasser un vaste point de vue, ce qui permet de tourner dans des endroits confinés. A chacun de ces avantages correspond un désavantage. Les grands angulaires, par exemple, provoquent une distorsion du sujet de deux façons. Les extrémités latérales de l'image sembleront se courber vers le centre et les distances paraîtront amplifiées au point de devenir méconnaissables. De façon similaire, les téléobjectifs entraînent une compression ou un téléscopage des distances qui fait que, par exemple, un sujet pourra s'avancer vers la caméra ou s'en éloigner sans qu'il ne semble se déplacer. Pour acquérir une bonne technique de tournage, il est important de bien se familiariser avec les diverses possibilités de ces objectifs et les effets qu'on peut en obtenir; on peut ainsi en faire un usage judicieux et s'assurer que les effets obtenus renforcent le message véhiculé par une émission plutôt que de le diminuer ou de le déformer.

Le maniement d'une caméra exige en outre une bonne connaissance des notions de profondeur de champ et des facteurs connexes, telle l'ouverture de l'objectif ou diaphragme. Votre caméra a un pouvoir limité de mise au point précise sur des objets placés à différents endroits dans une même scène. Si la mise au point est faite sur un objet situé à une distance donnée, les autres éléments placés dans le champ de la caméra ne seront reproduits clairement que s'ils sont suffisamment rapprochés de cet objet. La distance reliant les points extrêmes entre lesquels tout sera reproduit de façon satisfaisante constitue la profondeur de champ. Elle est fonction de trois facteurs avec lesquels vous devrez vous familiariser si vous voulez être en mesure d'exploiter de façon ingénieuse la technique de mise au point. La règle de base est la suivante: la profondeur de champ peut être augmentée, soit en accroissant la distance entre le sujet et la caméra, soit en choisissant une ouverture plus petite (c'est-à-dire un plus gros nombre "F" dans la course du diaphragme), soit en utilisant un objectif à plus courte distance focale (ou en ajustant l'objectif à focale variable à la position extrême "grand angulaire"). La profondeur de champ peut être réduite en appliquant les règles inverses. Peut-être ne voyez-vous pas la nécessité de recourir à de telles méthodes, mais il est des cas où ils peuvent s'avérer fort utiles, par exemple, si vous désirez mettre en relief un personnage au milieu d'une foule, ou si vous voulez brouiller l'arrière-plan pour le rendre méconnaissable. Cette dernière technique est particulièrement commode lorsqu'on veut insérer un gros plan d'un personnage dans une scène déjà filmée et qu'il est trop difficile de retrouver exactement l'arrière-plan de la scène originale.

En plus de ces aspects purement optiques de la photographie, il y a les mouvements de la caméra que vous devez connaître; un contrôle efficace de ces mouvements vous permettra d'obtenir des effets visuels signifiants. On peut distinguer deux types de mouvements de caméra: le mouvement qui naît de l'orientation du "regard" de la caméra et le mouvement de la caméra elle-même. Le changement d'orientation s'obtient soit en effectuant un panoramique (mouvement horizontal), soit un panoramique ascendant ou descendant (mouvement vertical), soit en combinant ces deux mouvements. C'est un art que de maîtriser ces mouvements et de les accomplir en souplesse; il faut un contrôle extrêmement précis et un bon trépied. Rien ne peut remplacer l'expérience en cette matière; il vous serait utile de faire des exercices jusqu'à ce que vous sentiez sûr de votre technique. Le panoramique est particulièrement difficile: il doit toujours être accompli lentement, sans quoi on perd la scène: prenez soin de panoramer très lentement si vous voulez éviter que ce balayage cause une image imprécise et fuyante sur l'écran.

Les mouvements de la caméra elle-même peuvent s'avérer très efficaces à la fois au cinéma et à la télévision. Le travelling consiste à déplacer l'appareil soit en avant soit en arrière, généralement à l'aide d'un chariot. Il y a aussi le mouvement latéral de la caméra et le déplacement vertical. Avec l'avènement de l'objectif à focale variable, le travelling avant par mouvements réels de la caméra a presque disparu de la télévision; c'est dommage, car l'effet obtenu est passablement différent de celui produit avec l'objectif à focale variable. Lorsque vous vous rapprochez d'une scène grâce à cet objectif, les objets les plus rapprochés conservent leur taille relative dans le cadre de l'image par rapport aux objets éloignés; tandis que si vous effectuez le même mouvement par travelling, la taille relative des objets rapprochés augmente et renforce la perception du changement de perspective. Le travelling permet donc de produire une impression visuelle particulière. Pendant le travelling, l'opérateur doit veiller à changer la mise au point de la même façon que lorsqu'il enregistre un sujet en mouvement. Dans le cas du tournage pour la télévision, l'espace limité du studio permet généralement de recourir au travelling que pour de courtes distances; cela peut souvent se faire sans qu'il soit nécessaire de modifier la mise au point. Si vous employez un objectif à focale normale ayant un angle de vue approximatif de 24° , vous aurez une profondeur de champ suffisante pour effectuer un travelling avant sur une distance de trois ou quatre pieds sans qu'il soit nécessaire de refaire la mise au point, pourvu que vous ne vous approchiez pas à moins de dix pieds du sujet. Rappelez-vous que, pour un objectif donné, plus la caméra s'approche du sujet, plus cela réduit la profondeur de champ. Si vous partez de trop près pour effectuer votre travelling, le sujet risquera d'être hors foyer après une avance d'à peine un pied ou deux. Pour atténuer cette réaction, lorsque vous enregistrez en faisant un travelling ou en exécutant à peu près n'importe quel autre mouvement avec une caméra portative, tenue à la main, utilisez l'objectif

possédant le plus grand angle possible, ce qui augmentera la profondeur de champ et réduira l'impression d'instabilité causée par le mouvement de la caméra. Il ne faut pas vous décourager pendant l'apprentissage des techniques de tournage. Il faut plusieurs heures avant de parvenir à intégrer les techniques au point qu'elles deviennent pratiquement des automatismes.

Etant donné que l'objectif à focale variable occupe une place aussi importante dans les productions de télévision et de cinéma, il convient de s'intéresser à son emploi ainsi qu'à l'abus qui en est fait. Cet objectif réunit à la fois tous les avantages et les désavantages du grand angulaire, du téléobjectif et de l'objectif normal. A une extrémité de sa course, il devient téléobjectif. A l'autre extrémité, il devient grand angulaire, et à mi-chemin il a les propriétés d'un objectif normal. Le fait de faire continuellement avancer et reculer l'objectif a pour effet de modifier complètement la scène enregistrée quant à l'espace et à la perspective en plus d'agrandir ou de réduire la superficie comprise dans le champ de vision de l'objectif. Bien qu'il y ait des occasions où cet effet de va-et-vient puisse être utile, il existe malheureusement une tendance générale à en faire un usage abusif, amoindissant la portée du contenu de l'émission en détournant l'attention du sujet traité. Lorsque vous étudiez la manière d'obtenir le meilleur impact possible pour une image, il est bon d'éviter délibérément de se servir de l'objectif à focale variable, à moins d'être tout à fait certain que c'est bien là l'effet recherché. Evidemment, des occasions se présentent où vous devez recourir à cet objectif, par exemple lorsque vous ne disposez que d'une seule caméra, ou que vous vous servez de l'équipement vidéo portatif; même dans ce cas vous ne devriez l'employer que modérément, à bon escient et dans un but précis.

La mise au point de l'objectif à focale variable implique trois étapes élémentaires. D'abord, il faut avancer l'objectif au maximum de sa position téléobjectif en prenant le sujet pour cible. S'il s'agit d'une personne, visez les yeux ou encore le principal point d'intérêt. Faites la mise au point, puis déplacez l'objectif jusqu'au moment où vous obtenez le cadrage désiré. C'est une caractéristique de l'objectif à focale variable de conserver la mise au point à travers toute la gamme des longueurs focales dont il dispose une fois que celle-ci a été faite à la position téléobjectif, pourvu que le sujet demeure à distance constante. Il peut évidemment se présenter des situations qui vous obligent à changer la mise au point afin de produire un effet particulier ou pour obtenir une profondeur de champ différente. Pour ce, vous pourriez procéder à plusieurs essais et ensuite, comme point de repère, fixer des bandes de ruban blanc sur la caméra, soit sur la bague, l'objectif ou sur les dispositifs de commande, vous permettant de déterminer les points extrêmes entre lesquels la mise au point demeure constante. Ce dispositif vous servira de guide visuel pour déterminer jusqu'à quel point vous pouvez déplacer la bague de réglage de la mise au point pendant que vous vous servez de l'objectif à focale variable.

Le point fondamental des techniques de tournage est que ces dernières doivent avant tout servir un but. Tous les mouvements de caméra et les effets obtenus avec l'objectif devraient servir à mettre en valeur, à relever à souligner le sujet; ils ne devraient jamais être utilisés dans le but de produire un effet visuel gratuit. La meilleure technique de tournage est encore celle qui passe inaperçue. Les techniques devraient être dictées par les événements même que vous filmez. Ainsi, si au cours d'une séquence de tournage un sujet se retourne soudain pour se précipiter sur un autre personnage et le frapper, il serait tout indiqué de souligner l'aspect dramatique de la situation en recourant aux techniques de travelling. De même, lors d'une séquence comportant une scène de bagarre ou une poursuite, il serait bon d'utiliser une caméra portative tenue à la main afin de pouvoir suivre la rapidité du mouvement.

La réalisation

Le terme réalisation sert ici à désigner les différents procédés utilisés pour transposer des idées en formes visuelles. Cela veut dire notamment structurer l'action pour les prises de vue, disposer les sujets à l'intérieur d'un cadre donné, choisir une approche visuelle, un traitement particulier et déterminer de façon générale de quelle manière précise la transition pourra se faire entre le concept abstrait et le message visuel ultime. Pour développer une bonne compréhension des techniques de réalisation, il faut tout d'abord apprendre à voir. Il faut découvrir de quelle façon les autres voient les choses. C'est peut-être là la partie la plus difficile du processus de production. Plutôt que d'établir un rapport avec un monde multidimensionnel infiniment changeant, essayez de vous situer par rapport à une surface unique, limitée, verticale et rectangulaire: l'image ou l'écran.

Tout ce que vous désirez communiquer doit pouvoir être montré sur cette "scène": vous êtes enchaîné à elle; il vous faut créer à l'intérieur de ses limites l'illusion d'une parfaite liberté d'action dans un monde sans frontière. Comment y arriverez-vous?

Tout d'abord vous devez étudier les effets de la mise en place des éléments dans le cadre de l'image. Si vous voulez éviter le risque d'une désorientation ou d'une confusion momentanée au cours d'une série de prises de vues statiques, les objets ou les personnages doivent aussi toujours occuper la même zone à l'écran. Si dans une prise de vue le personnage A est placé à gauche de l'écran et le personnage B à droite, la prise suivante devrait respecter ce rapport spatial. Tout gros plan de B devrait le montrer dans la moitié droite de l'écran et diriger son regard vers la gauche. Lorsqu'un changement de position est requis, il devrait être obtenu soit en demandant aux participants de se déplacer, soit par un mouvement de la caméra, ou même par une combinaison de ces deux mouvements. Dans tous les cas, ce mouvement devrait être clairement perceptible pour l'auditoire. De plus, les participants ne devraient pas être placés de façon à ce qu'ils se succèdent en un même endroit à l'écran. Ces règles

vous aideront à assurer à votre présentation visuelle une clarté et une précision essentielles à la transmission correcte du message que vous désirez communiquer. Etudiez aussi la façon dont une composition efficace peut accentuer l'attrait visuel ou le caractère dramatique d'une scène. Pour obtenir une bonne composition, il faut veiller continuellement à l'ordonnance des éléments dans leur cadre visuel. Apprenez à saisir la façon dont on peut, en déplaçant les objets et les personnages présents à l'écran, créer une impression générale d'équilibre. Si votre sujet principal est éloigné, vous pourriez disposer différents objets à l'avant-scène afin de créer une impression de profondeur. Si plusieurs personnes apparaissent à l'écran, placez-les de manière à ce que celles qui dominent la scène entretiennent avec les autres une relation spatiale logique et adéquate. Essayez d'éviter les angles bizarres, les prises de vue qui paraissent artificielles, toutes choses susceptibles de créer une impression de malaise. Apprenez par ailleurs à maîtriser l'utilisation de contre-plongées et de plongées qui servent à créer une impression de supériorité ou d'infériorité.

Si vous désirez représenter des personnages en relation avec un environnement physique de grandes dimensions, vous y parviendrez par une disposition adéquate des divers éléments dans le cadre de l'image. Un homme debout au sommet d'une falaise, par exemple, peut être placé dans la partie supérieure de l'écran, tandis que l'on verra sous lui le sommet de la falaise. À l'inverse, un homme placé au pied d'une falaise devrait occuper la moitié inférieure de l'image, la falaise elle-même dominant la moitié supérieure. Il serait utile de vous entraîner à des prises de vue en "trompe-l'oeil" qui modifient artificiellement la structure de la scène. Les divers éléments sont alors déplacés par rapport à leur position initiale sans que cela soit repérable par l'auditoire. Cette "tricherie" pourra vous permettre de tourner une séquence dans des conditions physiques particulièrement difficiles.

L'art de la réalisation inclue également le choix du médium le mieux adapté à la transmission de votre message. Vous devriez analyser les différentes "sensations" procurées par des spectacles enregistrés et d'autres transmis en direct, par des séquences tournées en studio et des séquences en extérieurs et par le montage d'un film et celui d'une bande magnétique. La télévision offre l'avantage de pouvoir combiner efficacement tous les médias audio-visuels, mais il importe de déterminer lesquels sont les mieux adaptés à chaque situation et à chaque besoin. Une telle insertion est-elle mieux servie par le Super-8, ou par des diapositives? Le mouvement est-il essentiel à telle situation; une photographie ou un dessin ne conviendrait-il pas mieux à l'atmosphère de la scène? Il faut aussi porter une attention particulière à la façon dont le sujet de l'émission doit être traité. Le traitement devrait-il être objectif ce qui signifie que l'auditoire ne doit pas être conscient de la présence de la caméra; ou subjectif, la caméra devenant partie intégrante de la situation et devenant en quelque sorte l'un des participants de l'émission? L'approche objective classique, utilisée surtout pour les spectacles dramatiques, exige que la

caméra passe presque inaperçue. L'approche subjective, au contraire, signifie que l'auditoire, la caméra et le personnage représenté par celle-ci, deviennent un. Une manipulation quelque peu "cahotante" de la caméra subjective n'aboutit pas nécessairement à une prise de conscience de la présence de la caméra; les mouvements de l'appareil pourront être interprétés comme étant les mouvements du personnage auquel elle est identifiée.

L'un des pièges le plus dangereux qui guette le réalisateur lors de la préparation du tournage d'une émission réside dans ce que j'appelle le symptôme du "j'y étais". Lorsque vous tournez une scène qui vous est très familière en dehors du contexte du tournage, il vous est très difficile de conserver une réelle objectivité. Parce que vous connaissez bien la situation, à peu près n'importe quelle prise de vue vous transmet l'ensemble des impressions qui s'y rattachent. Si vous poursuivez des études universitaires, par exemple, et que vous tournez une séquence à l'université, vous serez tenté de croire que n'importe quelle prise de vue montrant les immeubles de l'institution et une personne transportant des livres parviendra à transmettre l'ensemble des sentiments que vous éprouvez à ce sujet. En d'autres termes, parce que l'image agit sur vous, vous en déduisez qu'elle agira sur n'importe qui. Rien n'est plus faux. Un auditoire réagit rarement aux images de la même façon que le responsable de l'émission; il n'a pas vécu les mêmes expériences et il n'appartient pas au même milieu. Cela peut paraître simpliste, mais lorsque vous tenterez d'appliquer ce principe au tournage de scènes familières, vous vous rendrez compte de son importance. Pour parvenir à transmettre à votre auditoire le message que vous lui destinez, vous aurez sans doute à l'énoncer de façon beaucoup plus détaillée que vous ne l'auriez tout d'abord cru.

Vous découvrirez, au fur et à mesure de vos expériences, plusieurs autres aspects des techniques de réalisation. N'en faites pas une sorte de fétiche. Conservez par rapport à votre propre production un sens critique qui vous permettra de vous rendre compte de ce qui va et de ce qui ne va pas. Vous assimilerez graduellement les techniques de réalisation par le biais de vos propres expériences. D'autres techniques de production, surtout l'éclairage et la prise de son, permettent une approche plus précise parce qu'il existe dans ces domaines des règles élémentaires. Cela n'empêche pas un emploi créatif de ces techniques, bien au contraire; mais certaines règles de base sont de mise ainsi que certaines façon de faire qu'approuveraient la plupart des éclairagistes et des ingénieurs du son. Ces règles devront devenir familières, si vous voulez être en mesure de procéder à des expériences et d'innover en vous appuyant sur de solides connaissances de base.

L'ECLAIRAGE

Les techniques de l'éclairage pour la télévision et le cinéma sont simples. On essaie en fait de reproduire fidèlement et dans certains cas d'accentuer la lumière naturelle. Au moment où les rayons du soleil atteignent

la terre, une partie de la lumière est diffusée. C'est ce qui crée la lumière "ambiante" qui éclaire les ombres créées par la source principale d'éclairage direct. Ce rapport entre la source de lumière principale et la lumière "ambiante" ou lumière d'appoint constitue la variable de base de la technique de l'éclairage artificiel. Des projecteurs différents produisent un éclairage principal et d'appoint ayant des qualités et des intensités variables. La meilleure façon de procéder dans ce domaine consiste à vous livrer à des expériences avec votre équipement jusqu'à ce que vous connaissiez à fond ses caractéristiques. La position et l'angle de la source de lumière principale sont de la plus haute importance pour dessiner la forme et flatter l'apparence du sujet. Pour créer une ombre et donner du relief et de la présence au sujet, la pratique générale, qui n'est cependant pas absolue, consiste à placer la source de lumière principale à côté du sujet de façon à former un angle d'environ 45°. Un sujet éclairé de plein fouet perd tout relief, les lignes et contours naturels sont estompés, le résultat manque d'intérêt. Cela vaut pour une personne comme pour un objet. Une fois que l'éclairage principal est en place, le sujet sera mis en valeur, mais il y aura une zone d'ombre excessive d'un côté. Cette ombre doit être atténuée au moyen de l'éclairage d'appoint, plus doux que l'éclairage principal, afin de ne pas produire lui-même une ombre prononcée qui créerait une double zone d'ombres.

L'éclairage d'appoint et l'éclairage principal suffisent à mettre le sujet pleinement en valeur. Cependant, pour créer une impression de profondeur dans l'image et détacher les objets de leur environnement immédiat, on peut recourir à une deuxième variable: l'éclairage provenant de l'arrière ou contre-jour. On utilise généralement un projecteur à faisceau dirigé, afin que la lumière soit dirigée vers le sujet avec une grande intensité, créant un effet de halo. Armé de cette technique, vous devriez pouvoir vous adapter à n'importe quelle situation que ce soit en studio ou à l'extérieur. Ne perdez pas de vue qu'il s'agit là d'une simple technique de base à partir de laquelle on peut inventer un éclairage original; des techniques additionnelles seront nécessaires pour obtenir des effets spéciaux, souligner une situation dramatique ou faire ressortir le côté inusité d'une situation.

Deux techniques additionnelles qu'il est bon de connaître sont l'éclairage "caméo" et l'éclairage en silhouette. L'éclairage "caméo" consiste à mettre uniquement le sujet en valeur en évitant d'éclairer l'arrière-scène. On utilise la même méthode que pour l'éclairage à trois points, sauf que les coupe-flux ("portes" articulées suspendues aux projecteurs) sont orientés de façon à masquer toute lumière tombant sur les décors. Il faut que la lumière provienne d'en haut, selon un angle vertical d'au moins 45°. Ce type d'éclairage crée une scène neutre qui ne requiert pas de véritable décor ni de rideau en fond de scène. Cela produit un éclairage plus dramatique et crée autour du sujet une impression d'urgence et d'importance. L'éclairage en silhouette peut servir à obtenir des jeux d'ombres d'une grande intensité dramatique. Dans ce cas-ci, seul le fond de scène est éclairé, le sujet apparaissant en

silhouette. Pour réussir cet effet, le fond de scène doit être pâle et le sujet devrait se trouver à quelques pieds en avant de façon à ce que la lumière ne soit pas réfléchi sur lui.

Lorsque vous réglez l'éclairage, il faut aussi penser à l'influence exercée par les couleurs des décors et des costumes sur la qualité de l'image. Un sujet portant des vêtements d'une couleur identique à celle du fond de scène, se perdra dans le décor quel que soit l'éclairage. Vous devez faire particulièrement attention aux contrastes et à la qualité de l'image en général pour obtenir le meilleur rendement de votre éclairage. Enfin, pour tirer le meilleur parti des techniques d'éclairage, ne manquez pas d'aller voir certains films classiques dans lesquels l'éclairage a été utilisé d'une façon inhabituelle et stimulante. Les films expressionnistes allemands, par exemple, sont particulièrement intéressants du point de vue des techniques d'éclairage, de même que les films d'Hitchcock, d'Orson Welles et de Reed.

LE SON

Les techniques de prise de son à la télévision et au cinéma, tout comme celles de l'éclairage, reposent sur des règles de base relativement simples. L'objectif primordial est la clarté c'est-à-dire une trame sonore qui traduit efficacement les principales idées devant être transmises, ou qui établit une atmosphère propice à la transmission de ces idées par des moyens visuels. Il vous faudra en tout premier lieu vous familiariser avec votre équipement en étudiant le guide d'utilisation. Vous pourrez expérimenter les utilisations du son pour compléter, expliquer et mettre en valeur les images.

Lorsqu'une émission est complétée, la perspective sonore devrait correspondre à la perspective visuelle. En général un gros plan qui apparaît à l'écran est accompagné d'une trame sonore donnant l'impression d'un rapprochement tandis que les scènes éloignées sont synchronisées avec une trame sonore qui semble produire une sensation d'éloignement. Un dialogue normal, par exemple, peut être modulé au niveau zéro du vumètre, tandis que des scènes d'intimité où il y a des chuchotements devraient être enregistrées à un niveau nettement inférieur. Lors de l'enregistrement de telles scènes, vous devrez vous assurer que le niveau est suffisamment élevé pour que le dialogue soit intelligible. Si le niveau est trop bas, vous aurez un invasion de bruits ambiants. Pour acquérir un sens de l'enregistrement sonore à toute épreuve, il est nécessaire de connaître la matière visuelle que doit accompagner la trame sonore et de bien comprendre le message transmis.

La trame sonore d'une séquence tournée à l'extérieur peut être enregistrée soit simultanément, soit séparément. Dans l'un ou l'autre cas, il est souhaitable d'utiliser un mélangeur de sons lorsque c'est possible afin de mieux contrôler la qualité de l'enregistrement. La technique du mixage est un art qui ne s'acquiert que par l'expérience. Il y a cependant certains points de repère qu'il est bon de connaître. Lorsque vous vous

servez du mélangeur de sons, évitez de tourner constamment les boutons de réglage car cela produit des changements dans le volume et nuit à la qualité de l'enregistrement. Recherchez plutôt un niveau de volume satisfaisant et tenez-vous y. L'acoustique varie d'un endroit à un autre; ces variations influencent le niveau et la qualité du son. A un niveau d'enregistrement donné, le son sera reproduit à un niveau plus élevé dans un milieu de haute réverbération que dans un milieu "neutre". Si un son est enregistré à un niveau trop élevé dans un milieu de grande réverbération, il pourrait être inintelligible à l'audition. Essayez chaque fois que c'est possible d'enregistrer les bruits ambiants. Ces bruits sont souvent ajoutés à la trame sonore synchrone pour équilibrer une séquence ou assurer une continuité entre les différentes prises de vue d'une même scène.

LA PRODUCTION

Le dernier aspect des techniques de tournage a trait à l'organisation du processus de production lui-même. La production d'une émission de télévision soulève inévitablement de nombreux problèmes de logistique et d'organisation; on ne saurait trop insister sur l'importance d'une planification adéquate. Aussi simple que soit votre projet d'émission, vous devriez toujours étudier en détails toutes les implications possibles avant de passer à l'action.

Le scénario est un élément sine qua non du processus de production—un plan d'ensemble permettant de se représenter et de contrôler toutes les étapes de la réalisation, aussi bien sur le plan des ressources humaines que techniques. Le scénario vous aidera à ordonner clairement vos idées et il sera précieux pour les personnes qui travailleront à vos côtés et dont le concours vous est indispensable. N'oubliez pas que le scénario ne se résume pas au dialogue. En fait, dans le cas d'une interview ou d'un autre type d'émission à dialogue spontané, il ne peut y avoir de dialogue préparé à l'avance. Le scénario d'une présentation audio-visuelle décrit ce qui sera vu et entendu ainsi que les ressources nécessaires pour organiser ce matériel de base selon les besoins de l'émission. La préparation d'une émission devrait se faire avec soin, et aucun effort ne devrait être négligé pour prévoir tous les problèmes susceptibles de survenir. Cela vous permettra d'éviter les changements et les compromis de dernière minute, effectués dans une atmosphère frénétique, et de concentrer votre attention sur votre sujet pendant la réalisation de l'émission. Vous devriez déterminer avec précision vos besoins en termes de temps, d'argent, de ressources humaines et vous assurer que vos propres paramètres de production vous permettront de réaliser le genre d'émission que vous avez à l'esprit. Cette évaluation devra être objective. Il est inutile d'entreprendre un travail que l'on ne peut mener à bien. Une fois que vous serez certain que votre projet est réalisable, vous ferez bien de consacrer le plus de temps possible à la planification du tournage des différentes séquences. Toute l'information à ce sujet devrait être intégrée au scénario. Pour les

réalisations en studio, il est à conseiller d'agencer minutieusement à l'avance chaque prise de vue individuelle, en portant attention à chacune des contraintes risquant de contrecarrer vos plans, sans oublier—et cela est extrêmement important—les solutions de rechange qui permettraient, soit de surmonter ces difficultés, soit de remplacer votre plan original avec un minimum de compromis.

Cette préparation vous procure un sentiment de sécurité essentiel au moment de la réalisation, lorsque les minutes filent et que la tension monte. De la même façon, votre éclairage devrait être prévu à l'avance, ainsi que tous les mouvements des comédiens ou des différents sujets de l'émission et tout changement dans la disposition des accessoires, de l'arrière-plan et des décors.

Au cours de la réalisation, vous trouverez un allié précieux dans la personne du régisseur ou de l'assistant à la production, indispensable au succès d'une émission compliquée. Pour jouer ce rôle important, choisissez une personne avec laquelle vous entretenez de bonnes relations. Assurez-vous qu'il comprend l'émission de la même façon que vous avant de commencer à travailler, de sorte qu'il puisse prendre des initiatives dans le studio si cela s'avère nécessaire. Lorsque vous avez affaire à des invités, ou à d'autres personnes qui n'ont pas l'habitude de la télévision, soyez bienveillant, ne les brusquez pas: ils pourraient se sentir mal à l'aise et figer lors de l'émission. Ayez une attitude détendue, ne faites pas subir à vos collaborateurs votre nervosité ou votre enthousiasme excessif. Au moment de prendre des décisions, peut-être aurez-vous à lutter constamment contre des sentiments de frustration et même d'angoisse; il est important que vous gardiez ces sentiments pour vous et que vous tentiez de conserver des dehors aussi calmes que possible.

Conclusion

Dans ces pages, j'ai tenté de décrire la façon d'utiliser les outils et les techniques pour réaliser des émissions avec compétence et efficacité. Trois points essentiels sont à retenir: premièrement, vous ne devriez pas vous laisser dicter votre ligne de conduite par les outils qui

sont à votre disposition. Il est possible de produire quelque chose même avec l'équipement le plus rudimentaire; plus vous ferez preuve d'imagination et d'ingéniosité plus vous tirerez partie de ces ressources. Prenez garde d'attacher une importance excessive à l'équipement. Il n'a que la valeur que lui confère votre habileté à le manipuler; il ne doit pas vous dicter les limites de vos possibilités créatrices.

Deuxièmement, au sujet de l'utilisation des outils de production, j'ai affirmé que c'est une erreur que d'utiliser la technique pour la technique. Du début à la fin du processus de production, l'attention doit être fixée sur le sujet à traiter et toutes les techniques de tournage et de production devraient être subordonnées à cette réalité et employées à seule fin de communiquer tel ou tel message avec le plus d'efficacité possible. La technique devrait donc mettre en relief ou ajouter au contenu d'une émission. Si elle ne joue pas ce rôle, il y a de fortes chances qu'elle ne soit pas utilisée à bon escient.

Enfin, et peut-être est-ce le point le plus important, en apprenant à travailler avec les outils et les techniques, vous devriez considérer toutes les règles et conventions d'un oeil extrêmement critique. Plusieurs de ces règles et conventions ont été élaborées dans des circonstances passablement différentes des conditions qui régissent les productions communautaires; vous feriez bien de ne pas les accepter sans réserves. Recherchez le pourquoi et le comment des règles et choisissez celles qui vous conviennent et servent vos objectifs. Plusieurs règles, particulièrement celles énumérées dans le cas des techniques de réalisation, constituent des principes utiles et efficaces susceptibles d'apporter une aide réelle dans la détermination de la qualité de l'image et de l'interprétation générale. D'autres règles ne sont qu'un reliquat du passé et devraient être laissées de côté, car elles ne sont plus pertinentes et n'ajouteront rien à vos réalisations. Lorsque vous déciderez des règles applicables vous devriez tenter de vous en tenir à un juste milieu. D'une part, ne craignez pas de remettre radicalement en question l'origine et les raisons d'être de toutes les règles dont vous prendrez connaissance. Prenez garde, d'autre part, d'ignorer purement et simplement toutes les règles et de prendre pour acquis qu'elles ne s'appliquent pas dans votre cas. Rappelez-vous qu'il est imprudent de violer les règles avant d'avoir appris à les maîtriser.

Les formules d'émissions communautaires

C. Richards

Les media sont des instruments utilisables dans des activités les plus variées: expérimentation, enseignement, information, etc. Pour cela, non seulement les artisans des media réalisent-ils une émission, mais plus important encore, ils cherchent à *toucher* un public, à exercer une certaine influence. Au début, ils espèrent que l'émission réalisera certains objectifs: provoquer l'engagement des citoyens face à leur communauté, ou les informer de l'histoire locale, ou raconter un fait réel ou fictif. Dans les cas les plus réussis, les buts sont atteints et deviennent partie de l'expérience vécue du spectateur.

Si votre groupe cherche à réaliser une émission dans un but précis, voici quelques conseils qui peuvent être utiles. Le premier et le plus important est de savoir tirer profit des réactions du public. La réalisation d'une émission ressemble un peu à la présentation d'un spectacle; un "feedback" constant permet de mesurer la qualité de la représentation.

Vous serez parfois surpris d'apprendre ce que le public a tiré de votre émission. Certains éléments auront un effet inattendu; la perception du public peut être différente de la vôtre. Sachez utiliser ces réactions pour établir une programmation véritablement efficace.

Il arrive cependant que, malgré vos efforts, votre émission n'atteigne pas les buts fixés. Une des causes réside souvent dans une formule de présentation inadéquate. Une grande sensibilité aux réactions du public ne suffit pas toujours. Etudiez aussi la présentation et la structure de différentes émissions, surtout celles dont les buts sont similaires aux vôtres.

Cependant, les modèles ne doivent servir que d'inspiration pour une émission qui reflètera votre situation particulière. Une imitation trop servile de la forme d'une émission vous amènera à privilégier la forme au détriment du contenu.

A un moment, certains ont cru que l'accès du grand public aux instruments de communication entraînerait automatiquement un renouvellement des formules d'émissions. L'accessibilité des outils est un début important, mais l'influence des media conventionnels est si forte que la nouvelle programmation, y compris la programmation communautaire, a tendance à les imiter. Mettez une caméra entre les mains de quelqu'un et, le plus souvent, son produit ressemblera aux émissions qu'il a déjà vues. Il faut un certain temps avant de distinguer les formules utilisables avec profit de celles qui n'ont aucun rapport avec votre projet d'émission.

Même les formules de la radio et de la télévision conventionnelles ont subi des changements. Par exemple, le rôle de l'intermédiaire ou de l'interprète des opinions d'autrui décroît considérablement. Soit que ce rôle est maintenant conçu de façon beaucoup moins

détaché l'intermédiaire s'implique plus directement face au groupe qui fait le sujet de l'émission, soit qu'on laisse tout simplement les individus parler en leur propre nom. En général, il y a un plus grand respect pour la capacité de l'individu à exprimer adéquatement ses propres idées.

Grâce aux nouveaux appareils plus flexibles, la façon de filmer et d'enregistrer est devenue plus libre, et il est possible de voir des prises de vue très longues et continues au lieu des constructions complexes qu'on faisait autrefois lors du montage. Il y a moins de "mise en scène". On combine diverses formes de media pour produire des rapports nouveaux.

L'expérimentation

Quels que soient les instruments que vous utilisez (magnétophones, diapositives, photographies, Super-8 ou vidéo), vous découvrirez leurs possibilités maximales par expérimentation. Si certains sujets s'expliquent bien avec des mots, d'autres se transmettent mieux avec des sons ou des images. La connaissance des possibilités des appareils permet, dans certains cas, une plus intense communication avec le public que la parole elle-même.

Les images: différences dans la perception

Une caméra présente un point de vue. Mais un événement possède toujours de nombreuses facettes. Vous pouvez expérimenter par vous-même la différence de vision entre deux personnes témoins du même événement. Si vous faites partie d'un petit groupe de personnes, vous aurez besoin de deux ensembles caméras-magnétoscopes. Mettez les deux appareils en marche et enregistrez simultanément la même indication auditive et visuelle, par exemple, un claquement de main. Il vous permettra plus tard de synchroniser le passage des deux bandes. Confiez les caméras à deux personnes qui filmeront le reste du groupe. Elles devront manier la caméra comme nos yeux suivent normalement une discussion de groupe. Ensuite, vous alignez les bandes à partir de la même indication de départ, vous fermez le son d'un des appareils et vous faites passer simultanément les deux bandes en comparant les résultats.

Il est certain que les gens se servent de leurs yeux de façons différentes. En même temps, il existe des façons conventionnelles de se servir d'une caméra. Nous les considérons naturelles, mais en fait, la plupart sont l'oeuvre des premiers cinéastes. D.W. Griffith a inventé le gros plan en 1919. Avant lui, le passage d'un plan éloigné à un gros plan donnait l'impression de "couper

une personne en deux". Griffith a compris qu'il pouvait, grâce au gros plan, accentuer l'effet dramatique. Aujourd'hui, le gros plan est accepté et nous prenons pour acquis tout le reste du langage visuel.

Nous avons utilisé la caméra comme une sorte de troisième oeil mécanique; notre culture s'est reflétée dans les points de vue adaptés par nos caméras. Tout comme il existe des différences de perception au niveau des individus, elles existent aussi au niveau des peuples et des cultures. Nous réalisons souvent des documentaires sur d'autres cultures. Un des premiers, "Nanook of the North", racontait l'histoire d'un Inuit. Ces documentaires comportaient souvent des structures dramatiques; ainsi "Nanook" décrit la vie d'un Esquimau, sa lutte contre la nature. Mais fondamentalement, ce film présente une culture vue par une culture étrangère. On réalise encore des documentaires sur d'autres peuples, mais on a tendance maintenant à y inclure le regard particulier du peuple sur lui-même. Bref, si la caméra est un oeil, sa vision est aussi partielle, tout simplement parce que l'oeil humain qui la contrôle n'est pas sensible à toutes les facettes d'un sujet.

Il y a quelque temps, des Navahos ont réalisé leurs propres films¹. Leurs images étaient très particulières, par exemple ces séquences de serpents qui, pour nous, ne semblent qu'une vague prise de vue d'un carré d'herbe. Ils ont refusé les gros plans parce que leur code social prohibe une telle "violation de la personne". La structure de leurs films correspondait à une logique qui nous est totalement étrangère. Ainsi, autant dans la forme que dans le contenu, ce film Navaho donne une image véritable de leur culture.

Revenons un peu à notre façon de percevoir. Dans la plupart des productions, la caméra tente de se dissimuler, de camoufler sa présence. Mais il est possible de suggérer des significations différentes en modifiant les angles. Par exemple, si vous réalisez une émission sur des bambins, pourquoi ne pas adopter leur point de vue? Placez votre caméra à la hauteur de leurs yeux. De quoi aurait l'air la démarche d'une personne si son oeil était à la hauteur de son pied? Ou encore, accordez les mouvements de la caméra avec votre propre rythme alors que vous sautillez ou boitez. Placez la caméra sur un motocyclette. Vous n'obtiendrez pas des prises de vue "commerciales", mais vous verrez le monde d'une façon différente.

Le système de reproduction et ses effets

Si votre groupe fait de l'expérimentation, disposez des écrans-témoins autour de vous pour que vous puissiez suivre simultanément toutes vos activités. Vous pouvez aussi faire l'essai sans écran-témoin: vous enregistrez une conversation que vous montrez aux participants; pendant qu'ils visionnent, filmez leurs réactions. Tout instrument d'enregistrement offre maints avantages à ses utilisateurs. Les groupes d'expérimentation des nouveaux appareils vidéo insistent en général pour que

chacun ait l'occasion de se servir du matériel. Tous doivent comprendre ce que signifie l'enregistrement et la reproduction de ses propres actions au vu et au su de tous. (Si on conserve ces bandes pour une plus longue période on doit obtenir le consentement des individus impliqués.)

La reproduction immédiate est utile dans les interviews. Il arrive que l'interviewé considère ses réponses vagues ou incomplètes et qu'il veuille ajouter certains éléments. S'il s'agit de favoriser l'expression la plus complète et la plus claire possible, il est préférable de s'en tenir à des prises de vue fort simples. Ainsi, vous n'attirez pas l'attention sur la technique de la caméra; l'intérêt se concentre sur les déclarations de l'interviewé.

Quelques jeux visuels

Si vous travaillez en studio, de nombreuses expérimentations sont possibles telle la production électronique de la rétroaction (feedback) vidéo. Ces jeux peuvent vous être fort utiles car ils vous permettront d'expérimenter et de vous familiariser avec l'équipement disponible en vue de productions futures.

Orientez la caméra sur le moniteur; vous obtenez alors un jeu de réverbération où les mêmes images se répètent à l'infini. Placez ensuite des objets et des miroirs entre la caméra et le moniteur et bougez latéralement la caméra et utilisez l'objectif à longueur focale variable. Vous créerez alors des effets très intéressants. Ne vous attardez pas sur la lumière très intense qui peut être produite: c'est aussi dangereux que braquer la caméra sur le soleil: vous risquez de "brûler" le tube-image.

Vous pouvez explorer d'autres combinaisons. Une émission intitulée *Strip Up*² a été réalisée dans une pièce aux murs et au plancher complètement blancs; sur l'image vidéo apparaissait un carré blanc et plat sans distinction entre les murs et le plancher. Une caméra et un écran témoin étaient placés dans la pièce; sur l'écran on avait collé deux bandes de ruban adhésif en forme de croix. Des personnes venant de deux côtés entrent alors dans la pièce et remplissent les deux rectangles supérieurs de la croix. Ensuite deux autres groupes remplissent les deux rectangles inférieurs. Chacun s'ajuste de façon à remplir la surface de chaque rectangle. La caméra n'enregistre que les personnes, non l'écran de papier avec sa croix. Ainsi, le produit final ne présentait qu'une croix blanche et vide: les gens avaient l'air d'être placés sur une feuille de papier.

Une autre bande du même réalisateur relève encore plus du jeu. Debout devant la caméra, un participant tenait un morceau de plexiglass recouvert d'une croix. Un écran témoin placé à faible distance de la caméra reproduisait ses mouvements. Sur l'écran était collé une croix. Le sujet de l'expérience devait ajuster parfaitement sa croix à celle de l'écran. On bougeait alors la caméra déplaçant ainsi la première croix par rapport à l'autre; la personne devait les ajuster à

nouveau. La bande finale, faite à partir de l'écran témoin, présentait simultanément la croix du sujet et la croix de l'écran à laquelle il tentait de l'ajuster.

Les techniques suivantes visent à explorer de nouvelles formes de communication⁴. Disposez deux écrans témoins à une certaine distance l'un de l'autre. Sur chacun de ces appareils, placez une caméra. Les raccords du son doivent permettre aux deux personnes placées devant leur caméra respective de pouvoir se parler entre elles. Les images provenant des deux caméras alimentent ensuite un générateur d'effets spéciaux. Ce procédé fait apparaître sur l'écran témoin différentes combinaisons des visages des deux sujets. Par exemple, grâce à la surimpression, vous pouvez composer un visage avec les yeux et le nez d'une personne et la bouche de l'autre. Les deux sujets indiquent à l'aiguilleur comment diviser l'écran. Vous obtenez, à l'intérieur d'un espace rectangulaire, un jeu de communication entre deux images.

Tous ces jeux permettront de vous familiariser avec les appareils. Ils ne serviront pas nécessairement à la réalisation d'une émission, mais ils peuvent suggérer certaines applications; ainsi le dernier exemple pourrait servir à la présentation d'une danse ou d'une oeuvre dramatique.

Voyons maintenant comment les media structurent leur matériel de base et comment ces structures peuvent s'adapter à vos besoins.

Couverture d'événements

Le grand événement, c'est évidemment le spectacle du monde.

La télévision conventionnelle semble particulièrement appropriée à la parade d'événements. Peut-être parce que la télévision donne l'impression de fonctionner constamment, comme si elle était toujours branchée sur un courant d'images, même quand l'appareil n'est pas en marche. Il faut dire que ce medium se nourrit de grands événements: mariages, funérailles, émeutes, assemblées publiques, conférences, parades, joutes sportives. Ces événements sont déjà *organisés*. Les media installent leurs caméras et suivent l'action.

La télévision conventionnelle est un immense aspirateur; elle avale le spectacle de l'actualité et le transmet dans nos foyers. Les grands réseaux ont les ressources nécessaires pour disposer leurs nombreuses caméras tout autour de l'événement. Le réalisateur reçoit toutes les images dans la salle de régie où il choisit celles qui lui semblent les plus efficaces. Il nous transmettra un plan en plongée de la parade du Père Noël prise du haut des plus grands édifices; des gros plans des chars du cortège, d'une caméra située sur le coin de la rue; les dignitaires et une foule impatiente prise par une caméra placée au point d'arrivée du défilé; enfin, une description par un commentateur qui s'efforce de rendre intéressant un événement ennuyeux.

Avec ou sans media, ces événements continueront à se produire. De son côté la télévision (ou la radio) cherche

à les transmettre "exactement tels qu'ils se déroulent". Mais il ne faut pas oublier qu'il y a de nombreux types de spectacles, des points de vue multiples sur un événement et des façons diverses de la présenter. Les événements et les formules d'émissions que vous aimeriez voir sont souvent très différents du genre parade-du-Père-Noël décrit ci-dessus. Dans les pages suivantes, nous présenterons les formules élaborées pour ce genre d'événement, des formules parfois bien différentes de celles de la télévision conventionnelle.

Le reportage

Les canaux communautaires produisent un grand nombre de reportages. Ils sont l'une des façons les plus simples et les plus directes de *témoigner* de son environnement. La plupart du temps, ces reportages suivent les procédés conventionnels, sans les multiples caméras et les techniques spécialisées. Certains studios disposent d'équipement mobile pour les reportages "sur le vif". D'autres présentent une émission hebdomadaire sur les affaires municipales et maintiennent une liaison permanente (câble) entre l'hôtel de ville et le système de câble. De nombreux studios utilisent le magnétoscope portable.

Des événements communautaires, tels les concerts et les soirées dansantes, sont transmis aussi facilement que les autres événements. De plus en plus, apparaissent des formes très personnelles de reportages, sans les avantages techniques des media de masse. Le système de câble de Beloeil au Québec a réalisé une émission avec un groupe de musiciens⁵. Le studio était petit et relativement peu éclairé. L'équipe a utilisé une méthode dynamique pour communiquer l'interprétation des musiciens, favorisant une imagerie souple et rythmée, composée principalement de gros plans, passant des mains aux instruments et superposant les images. Cette technique engendra un produit final dynamique, les images superposées se mariant les unes aux autres. A la télévision conventionnelle, on coupe rarement pour passer à une caméra en mouvement; dans la superposition, généralement une image domine l'autre. L'émission de Beloeil prouve que des productions efficaces et dynamiques sont réalisables avec un matériel limité.

L'équipement dont dispose la plupart des canaux communautaires est trop limité pour des reportages à perspectives multiples. Le spectateur voit l'événement à travers l'oeil d'une seule caméra. S'il y a un entracte de dix minutes, comme dans le "Amherst Elementary Music Display"⁶, le téléspectateur attend patiemment devant son appareil, comme le spectateur dans l'auditorium. Les raccourcis sont impossibles. Dans le "York Manor Presents Senior Citizen's Variety"⁷, une seule caméra placée au fond de la salle enregistrait l'action sur la scène, avec panoramique et travelling optique (zoom). L'image était mobile, quoique statique. La caméra n'imposait aucune forme au spectacle mais suivait simplement le rythme scénique.

Certaines productions nous montrent aussi le visage du public. D'ailleurs, les relations avec le public, les types

d'images et de mouvements de caméra évoluent. Dans les situations plus intimes, le public d'un événement est aussi intéressant que l'événement lui-même. Le public en est conscient. A Campbell River en Colombie Britannique, l'entreprise de câble avait réalisé un reportage conventionnel sur la visite du gouverneur-général et de son épouse⁸. Lors de sa diffusion, les personnes qui s'étaient vues à l'écran avec Madame Michener demandèrent au canal de repasser la rencontre. Il est possible de placer une caméra dans un cortège pour capter les réactions de la foule au moment où ce dernier défile.

Ce genre de télévision a un côté révélation intimiste.

LA CAMERA ERRANTE

La caméra *errante* est plus curieuse que la caméra de reportage. La formule conventionnelle présente des événements coupés en morceaux puis recollés au montage pour produire certains effets. Notre attention est dirigée sur un commentateur ou animateur principal. Nous oublions la caméra. La formule de la caméra *errante* rappelle sans cesse que nous suivons le regard d'une caméra, probablement parce qu'une caméra unique présente des prises de vues longues et inquisitrices.

Le reportage sur les incendies de St-Hilaire⁹ est une forme très différente du reportage conventionnel. Grâce à la mobilité des appareils et à l'absence de contraintes temporelles, il n'est pas nécessaire de se limiter à une minute et demie pour les nouvelles et il fut possible de trouver un avion et d'enregistrer des prises de vues aériennes de incendies.

La caméra, tenue sous le bras, s'emporte partout. Dans son vidéogramme "Hitchiking"¹⁰, Frank Vitale en a fait l'expérience. Des voitures, des chauffeurs, etc, sont vus sous l'angle d'une caméra tenue à la hauteur de la taille. En sautant d'un train en mouvement, le réalisateur passe la caméra à un passager. On voit des gros plans de mains, de jambes, du wagon à des angles bizarres et changeants. Ces séquences sont évidemment très dramatiques et très différentes des plans "dramatiques" conventionnels. "Hitchiking" nous rend conscient de la présence de la caméra, de son poids, de ses mouvements. L'utilisation conventionnelle de la caméra, au contraire, donne l'impression d'un oeil sans poids, magique et omniprésent.

LA CAMERA STATIQUE

Cette expression désigne une caméra (ou un microphone) placée dans un lieu spécifique pour capter les événements quotidiens. Le résultat est direct, sans montage; il n'y a ni début, ni fin, pas un seul zoom. Une entreprise de câble de Vancouver a installé des caméras de télévision dans un parc très fréquenté de la ville; on a fait de même sur un coin de rue à Mississauga en Ontario et à Yellowknife dans les Territoires du Nord-Ouest.

UNE VARIATION: COMBINAISON DE MEDIA

Il est possible de raffiner le principe de la caméra statique. La combinaison de divers media modifie les relations interpersonnelles; elles ne sont pas privées comme le téléphone; quiconque peut devenir participant ou spectateur, selon ses désirs.

"Off the Street"¹¹ est une émission de quatre heures prise sur le vif. Elle fut produite grâce à une caméra placée dans une vitrine de magasin de la rue Yonge dans le centre de Toronto. Elle était orientée sur un podium avec microphone installé sur la rue. Sur le podium, une affiche indiquait le numéro de téléphone que les gens à domicile devaient composer pour contacter le podium et une autre affiche avertissait les gens qu'ils passaient sur le petit écran. Il y avait des écrans témoins dans la vitrine face au podium.

Les extrovertis n'avaient qu'à se présenter rue Yonge et faire leur numéro. Les timides curieux n'avaient qu'à téléphoner pour engager la conversation. Un des membres de l'équipe de production déclarait ce qui suit:

La possibilité d'incidents pénibles, tels les gens qui accaparent le micro ou se mettent à jurer, nous préoccupait. Mais, rien de tout cela ne s'est produit. Les gens ont montré qu'ils savaient se contrôler. Parfois un correspondant en avait assez de son interlocuteur et disait: "Laissez-moi parler à l'homme qui est derrière vous, celui qui a les mains dans les poches." Sans hésiter l'interlocuteur cédait sa place.

Il pleuvait, les passants se hâtaient et ne s'arrêtaient pas. Une petite fille au téléphone (on l'entendait sur le haut-parleur) essayait d'attirer leur attention: "Hé! vous, Madame". Soudain, trois motocyclistes en vestes de cuir, s'arrêtent sur le bord de la rue. Immédiatement, nous avons pensé: "Mon Dieu, qu'est-ce qui va se passer?" Comme les trois hommes avançaient vers le podium, on entendit la petite fille: "Bonjour! Je m'appelle Jane. Et vous?" Les trois motards s'arrêtèrent figés. "Euh, bonjour. Eh bien, moi c'est Ralph. Oui, euh et moi, c'est Robert. Moi, c'est Randel." Et alors, la petite demande de but en blanc: "C'est quoi, l'amour?" Les trois hommes, gênés, se dandinaient, marmonnaient quelque chose sur la mère. Avec la petite fille, ils étaient incapables de faire les finauds.

Il y a d'autres façons d'établir des communications. Rappelons-nous le service téléphonique à multiples abonnés sur une même ligne. Avec ce système, tout le monde connaissait les événements de la communauté parce que tous avaient accès aux conversations d'autrui.

Sur la côte du Labrador¹², Bell a voulu substituer le téléphone à la radio à haute fréquence; celle-ci était l'unique instrument de communication et elle permettait à tout propriétaire de radio d'entendre les conversations des autres. Quoique les habitants reconnaissaient les avantages du téléphone, ils considéraient qu'il ne pouvait satisfaire leur besoin d'information. Seule la

radio pouvait les renseigner sur la circulation des avions et des bateaux, sur la disponibilité du poisson et du gibier, sur les maladies, les accidents, les morts. Cet échange d'informations formait un véritable réseau de communication accessible à toute la communauté.

Le projet "Cominterphone" à Rankin Inlet, T.N.O., proposait d'instaurer un système de conversations publiques, grâce à l'utilisation combinée de divers types de media.

Le service téléphonique fut relié à l'émetteur de Radio-Canada, permettant à quatre personnes de discuter ensemble par téléphone au cours d'une émission en direct. Le service fonctionne jour et nuit; maintenant, la communauté voudrait le limiter à une période quotidienne déterminée. Après les nouvelles en début de soirée, il pourrait offrir une discussion libre d'une heure ou d'une demi-heure. Le public aurait ainsi une heure précise pour se mettre à l'écoute.

Les stations "flexibles"

L'expression "station flexible" a deux sens; elle s'applique à une station dont les heures de diffusion sont indéterminées, qui n'a pas d'horaire régulier, ou à une station mobile qui diffuse à partir d'endroits différents. Parfois, il est possible de combiner les deux. Dans les communautés isolées surtout, la diffusion irrégulière est utile, car elle est fonction des besoins de l'heure. Ces communautés reçoivent peu de signaux radio. Il est possible de rester à l'écoute de la station locale pour entendre les éventuels bulletins spéciaux. Une programmation continue demanderait une main-d'oeuvre considérable, mais lorsque le besoin s'en fait sentir, le service radiophonique est essentiel.

L'expérience de Doug Ward de Radio-Canada dans les communautés isolées:

"Nous songions à une nouvelle expérience dans une communauté isolée, utilisant un émetteur-relais à faible puissance, où il ne serait pas question de fonder une station de radio locale, sans studio, ni appareils compliqués. Pour répondre aux besoins d'informations locales de la communauté, nous mettrions un animateur à la disposition des habitants pour les aider à organiser et à définir leurs besoins en matière d'information en utilisant l'émetteur de Radio-Canada. Souvent, les besoins sont fort simples: par exemple, un système de communication d'urgence durant les tempêtes ou les inondations. Nous songions à des émissions de quinze minutes, utilisant la parole seulement à des moments importants de la vie quotidienne de la communauté.

En général, on se libère des contraintes du travail en studio avec des enregistrements réalisés en divers endroits avec un magnétophone ou un magnétoscope pour être par la suite diffusés. Mais on commence aussi à explorer les possibilités de diffusion en direct des différents lieux d'enregistrement. Les petits émetteurs portatifs MF peuvent être utiles.

La décentralisation peut aussi s'appliquer aux studios de câble. Le groupe *Toronto Community Radio* a proposé une solution pour le milieu urbain: un service radiophonique avec studio-vitrine relié au système local de câble; quiconque entre et diffuse le message de son choix. Malheureusement, on n'a pas pu trouver les fonds nécessaires pour réaliser le projet. Une entreprise de câble, à St-Jérôme au Québec, projette un système grâce auquel les abonnés pourraient diffuser à partir de leur domicile. Les abonnés verront à l'écran le numéro de téléphone de l'interlocuteur et ils pourront lui téléphoner.

Les nouvelles

Lorsqu'on regarde les nouvelles au réseau national, elles nous présentent un monde relativement ordonné. De leur côté, les nouvelles des réseaux américains, dont la formule rappelle le cinéma d'aventure, peuvent être assez inquiétantes: comme dans les films il y a toujours un drame ou une crise prête à éclater.

Les services de nouvelles des grands réseaux comprennent deux secteurs d'activités. Le premier regroupe les annonceurs, animateurs, reporters, etc.; ils nous présentent les nouvelles à l'écran. Le deuxième travaille dans l'ombre; il se compose des rédacteurs, des caméramen et des diverses agences de presse. La production des nouvelles est une entreprise très vaste et très dispendieuse.

Il est évident que les stations communautaires ne peuvent rivaliser avec les grands réseaux. Cependant ils peuvent adopter une formule semblable. L'émission de nouvelles du câble de Fergus-Elora employait deux étudiants du secondaire comme reporters et deux lecteurs de nouvelles. Elle présentait, par exemple, les dégâts causés par les pneus à crampons et les soirées du foyer de gens âgés et on donnait le nom de tous les participants. En somme, la formule d'une émission d'actualités, avec un contenu local axé sur la vie sociale: on annonce les changements d'horaire des services religieux, la graduation de Mademoiselle une telle, etc.

Si vous avez de la difficulté à trouver des annonceurs, des reporters ou des rédacteurs, rappez les faits directement. Au lieu de faire rédiger un texte sur l'inflation, interviewez quelqu'un au courant du prix des aliments. Ou bien, confiez l'émission de nouvelles à des organismes communautaires différents d'une semaine à l'autre.

Les grands réseaux s'attachent aux événements-chocs et négligent l'aspect plus intimiste des nouvelles locales. Parfois, même ces grandes machines ratent les moments importants. Le syndicat de l'*Artistic Woodworking* de Toronto avait demandé à Société Nouvelle d'enregistrer en vidéo la manifestation des grévistes. Radio-Canada s'est rendu compte qu'elle avait raté un incident particulièrement violent et elle a emprunté à Société Nouvelle la bande vidéo demi pouce. Ce document dépassait de beaucoup l'impact normal des nouvelles. Il fut présenté à une réunion de conseillers

municipaux et au conseil exécutif de la municipalité lors d'une séance spéciale sur l'incident.

La présentation des nouvelles au canal communautaire est différente comparée aux grands réseaux; les canaux communautaires allouent peu d'argent pour les reporters, les rédacteurs et les agences de nouvelles. Ils comptent sur un personnel bénévole, un public local restreint et sur une relation étroite et harmonieuse avec la communauté. Ces contraintes incitent à la recherche de nouvelles formes de présentation.

L'utilisation des reportages

Les canaux communautaires disposent souvent d'horaires flexibles et de nombreuses heures de diffusion libre qui favorisent la couverture des événements. L'assemblée du conseil municipal de Vancouver sur le projet de construction d'un nouveau pont a été couverte en direct par "Vancouver City Council Telethon"¹⁴. L'émission se poursuivait tard dans la nuit. Le canal la repassa par tranches pendant toute la semaine suivante à l'heure du dîner. Au lieu d'une description de l'événement, les spectateurs observaient les délibérations du conseil municipal.

De nombreux canaux communautaires diffusent les assemblées des conseils municipaux ou des commissions scolaires. Lors d'une réunion du conseil municipal de St-Félicien¹⁵, un des échevins s'est objecté à une augmentation des taxes parce qu'il s'y était déjà opposé dans une réunion antérieure elle aussi télédiffusée. Il était conscient de la "présence" du public.

Si les caméras et les microphones ne peuvent se rendre sur place, des citoyens peuvent rapporter eux-mêmes les informations à la station. Il en est ainsi à Pond Inlet, T.N.O. Après les réunions du conseil de ville, de l'association des locataires ou de tout autre organisme, quelqu'un se rend à la station de radio et informe la population des résultats de la réunion. Le président du conseil Paniloo Sungoyak est enchanté du travail de la station parce qu'elle permet de diffuser rapidement toutes les décisions importantes.¹⁶

Le téléphone est un instrument très utile; il permet de transmettre ou de recevoir des renseignements. Dans les petites communautés, il est possible que certains hésitent à téléphoner parce que leur niveau de langage est différent de celui de l'annonceur.

Informers et expliquer

L'INFORMATION SUR LES SERVICES

Les activités et les événements locaux font aussi partie intégrante de la vie quotidienne.

Les habitants des localités isolées téléphonent à la station pour transmettre de l'information. Les gens apprennent ainsi les retards dans les vols d'avions, la disparition d'un chasseur, etc. A Chilliwack, en Colombie Britannique, le canal communautaire a averti ses

abonnés de l'imminence d'une inondation. Les abonnés en informaient ensuite par téléphone leurs voisins.

Dans les villes, les canaux communautaires transmettent aussi des informations utiles: offres d'emplois du Centre de main-d'oeuvre, études comparatives des prix des aliments, objets perdus, etc. Cette liste pourrait comprendre les annonces de réunions, de spectacles ou de toute autre activité susceptible d'intéresser la population. Les media sont les instruments tout indiqués pour fournir de tels services.

LES EMISSIONS UTILITAIRES

Ces émissions traitent de l'apprentissage du crochet, du tricot, du jardinage, de la cuisine, etc. Puisqu'elles sont une forme d'enseignement, utilisez les méthodes pédagogiques: progression graduelle dans les leçons, explication claire de chaque étape, révision, etc. Les cartes, plans, graphiques, marionnettes, dessins animés ont été utilisés par des torontoises dans leur émission d'enseignement de la langue hongroise.¹⁷ Comme l'apprentissage est plus rapide s'il y a participation active, vous pourrez aussi vous servir de la discussion.

Il est important pour certains sujets, non seulement d'inculquer des connaissances, mais aussi de communiquer l'expérience vécue. On peut alors avoir recours au jeu dramatique. L'émission *Do your own divorce*¹⁸ commençait par une discussion entre des personnes engagées dans une procédure de divorce. Les spectateurs téléphonaient ensuite pour obtenir des renseignements supplémentaires. La connaissance du fonctionnement de la cour est l'un des éléments importants de la procédure. L'émission présentait une dramatisation du fonctionnement d'un tribunal. Les conseils et les principes n'étaient pas suffisants, il fallait aussi une démonstration concrète du rôle qu'auraient à jouer les individus devant la cour.

LES DOCUMENTAIRES

Certains documentaires sont de véritables essais visuels. Ils présentent un bref historique, une étude des causes et une variété d'opinions et de points de vue. Ils examinent un sujet et laissent le spectateur accepter ou refuser les conclusions. Ces documentaires ne nécessitent pas de documents écrits comme c'est parfois le cas dans l'enseignement ou la discussion.

Ces documentaires traitent souvent de questions contemporaines, telles l'évaluation de l'environnement urbain utilisant des illustrations de la ville d'aujourd'hui suivies de photographies retouchées imaginant la ville avec des gratte-ciel et tirant profit de graphiques, de plans, d'entrevues d'urbanistes, de citoyens dont les divers points de vue nous présentent les différentes alternatives et leurs conséquences.

L'émission *Chasse et pêche*¹⁹ présentait les différences entre les techniques modernes de la chasse et la pêche en usage au début du siècle au Lac St-Jean, au Québec. Le matériel visuel illustrait les techniques et l'équipement modernes telles les moto-neiges alors qu'un vieillard racontait ses expériences:

La sleigh l'soir, on attachà ça. Comme je vous l'ai dit qu'on avait des cordes, qu'on s'fessait nous autres avec d'la corde à moissonneuse. Aujourd'hui, c'é toute en nylon, M'sieur, pis c'é toute ben astiqué. Dans l'temps, on ava pas ça nus autres. Dans l'temps, on s'trima avec ce qu'on ava. Ca fec on est parti. On est parti s'une bonne randonnée tranquillement, on n'a pas fatigué nos chiens trop vite pour pas rester pris. Parce que les chiens quand ça poigne le souffle, là ça s'arrête pas. Là, quand ça s'arrête, là c'é pu r'partable, pis ça prend un p'tit morceau de viande ou ben une p'tite caresse pour partir. Aujourd'hui, c'é sûr qu'avec les ski-doo qu'y parte ça, pis ça part. Mais quand ça brise, c'pas d'service. Ah non! Ca vaulà pas les bons vieux chiens qu'on ava dans l'temps.

Les documentaires peuvent être aussi de véritables documents du vécu. Ils deviennent alors plus que la simple narration de l'histoire d'une vie—une famille pauvre du nord de l'Ontario, le président d'une chaîne de supermarchés de Montréal—ils présentent, à travers le vécu, des archétypes dont les expériences sont ensuite applicables à des buts particuliers. Les groupes de travail ont de plus en plus tendance à utiliser le vidéo. Ils enregistrent leurs réunions, la procédure du vote suite à un débat important, etc. Ils utilisent ensuite ces enregistrements à une étape ultérieure de leur travail, les présentent à d'autres interlocuteurs pour mieux préciser leurs options.

Le *Parallel Institute*²⁰ de Montréal a enregistré sur vidéo une manifestation dans une banque locale. Une semaine plus tôt, de nombreux résidents du quartier avaient ouverts des comptes à cette banque. Ils se présentent tous ensemble pour déposer au moment où les travailleurs venaient déposer leur salaire de la semaine, provoquant un embouteillage terrible. Les manifestants désiraient attirer l'attention sur leurs griefs contre la banque. La bande devait servir de document de travail; mais elle pourrait être utile à des discussions ultérieures sur d'autres actions envisagées par le groupe. Ces actions pourraient aussi être enregistrées afin de constituer un documentaire sur le cheminement du projet.

Dans toute discussion sur des questions communautaires, les deux genres de documentaires sont également utiles: le documentaire-essai présente des informations difficilement accessibles et le documentaire sur le vécu d'un groupe ou d'une communauté permet de conserver un "dossier" sur les expériences importantes de ce groupe ou de cette communauté.

Les formules de discussion

Cette partie traite de deux formes de discussion: les émissions de discussion et les discussions provoquées par une émission; cette deuxième catégorie concerne plutôt la discussion en tant que méthode.

LES EMISSIONS DE DISCUSSION

Les émissions de discussion ne sont ni des émissions de "talk show", ni des documentaires. Dans le "talk show", l'invité et sa personnalité sont le centre d'attraction et d'intérêt. Certaines présentent plusieurs invités, d'autres consacrent trente minutes à une seule personne. Elles sont en général très populaires, à cause de l'animateur, de son style, ou de ses questions intelligentes et bien recherchées, ou à cause des invités souvent choisis parmi les grandes vedettes de l'heure. Par contre, dans une émission de discussion, le thème de la discussion constitue le centre d'attraction; nous l'écoutons parce que le sujet nous intéresse particulièrement. Les documentaires sur un thème spécifique présentent différents points de vue, avec en plus des entrevues, des illustrations et des commentaires situant le thème dans un contexte plus général. Tous ces éléments sont structurés de telle sorte que le produit final est plus complet, plus intégré que l'émission de discussion souvent faible parce que les conclusions sont absentes. Les émissions d'entrevues peuvent faire preuve d'une certaine planification au niveau de la qualité et de la diversité des invités et du genre de questions posées; le spectateur doit tirer ses propres conclusions.

Dans les petites communautés, la formule de la discussion peut être d'une grande utilité. Ce n'est pas toujours le cas du reportage ou du documentaire qui sont des formes très exigeantes. La discussion présente les différentes thèses des invités. Le public tire ensuite ses propres conclusions.

Voici une liste des formes de discussions télévisées présentées dans "Citizens' Forum 1956-57"²¹. Les émissions de discussion destinées au grand public semblent avoir conservé les mêmes caractéristiques à l'exception de la participation du public.

LE CONTRE-INTERROGATOIRE

Il s'inspire des cours de justice; il est utilisé surtout pour les sujets controversés. Il permet l'exposition des diverses facettes d'une question, suivie d'une période de questions posées par des experts ou par le public en studio.

LE DEBAT

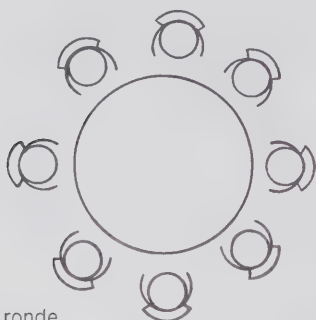
Cette méthode s'utilise pour les sujets délicats ou controversés qui ont provoqué une forte polarisation de l'opinion publique.

LA DISCUSSION FONDEE SUR DES CITATIONS OU DES QUESTIONS

Elle s'applique aux sujets académiques ou abstraits. Des questions ou citations sont proposées par le public; les plus intéressantes sont ensuite choisies comme sujet de discussion. Cette méthode permet de maintenir la discussion dans les limites de l'intérêt et de la compréhension du public.

La Scenographie des émissions— entrevues-discussions

PLANTATIONS TYPIQUES



1. Table ronde

Pas de position dominante

L'animateur ne dirige pas mais stimule

Echange maximum de point de vue

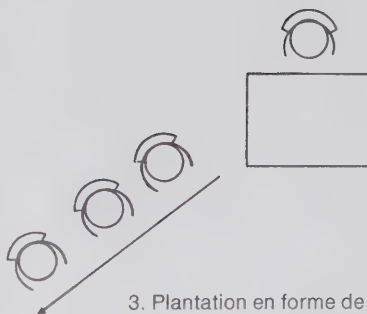


2. Table ronde modifiée

L'animateur a une position plus centrale, il dirige

La position à la droite de l'animateur est dominante

L'échange est encore possible

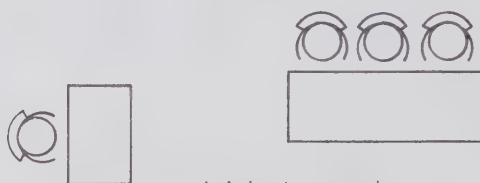


3. Plantation en forme de "L"

Animateur plus important que les invités—ses jambes sont cachées

L'invité est exposé, l'invité dominant est le plus rapproché de l'animateur

Les invités se déplacent pour chaque entrée



4. Animateur-panel

Animateur a le plein contrôle

Le panel n'agit que sur le signal de l'animateur

Pas de position dominante

Echange minimum



5. Confrontation face à face

Animateur(s)—inquisiteur(s) en position de force

Invité complètement exposé

Pas d'échange

ENTRETIEN

Elle sert à traiter de sujets complexes et parfois controversés qui impliquent un personnage important ou qui nécessitent les connaissances d'un spécialiste.

LE PANEL

On l'utilise pour obtenir un large éventail d'opinions plutôt qu'une étude approfondie.

LA CONFERENCE DE PRESSE A REBOURS

Une méthode permettant aux autorités officielles et aux journalistes d'inverser leur rôle; les autorités interrogent les critiques de la politique gouvernementale.

LA DISCUSSION DE PANEL COMPOSE DES REPRESENTANTS DE PLUSIEURS VILLES

Cette méthode permet d'exposer les points de vue de régions, de groupes ethniques, etc. et de les replacer dans un contexte plus large.²²

Ces exemples démontrent que la participation du public est considérée comme un élément important des discussions télévisées. Le groupe "Counterfoil" de Toronto²³ a élaboré sa propre formule de discussion. Le public doit fournir les sujets et les informations nécessaires à l'émission et il participe ensuite à la discussion. "Counterfoil" a réalisé une émission sur le mode de vie dans les grands édifices à appartements; on y montrait des interviews enregistrés sur vidéo au domicile des locataires. Ils furent ensuite invités, de même qu'un groupe d'experts, à se présenter au studio le jour de l'émission. La liste d'abonnés au câble a permis de trouver cinq autres invités; on voit ici l'avantage du câble par rapport à la télévision conventionnelle. Ce procédé a fait connaître l'émission elle-même; il a aussi permis de contacter des abonnés intéressés à proposer des sujets d'émissions. Au cours de l'émission, on a présenté la bande magnétoscopique pour ensuite engager la discussion avec les invités.

Une émission, *Toronto Idea*²⁴, fut réalisée comme complément à une exposition de la "Toronto Association of Architects" à l'hôtel de ville de Toronto. Cette exposition sur le thème de la rénovation urbaine a été le fruit de la collaboration entre des architectes et le grand public: toute personne désirant proposer des améliorations pour la ville de Toronto était invitée à y participer. L'émission présentait des entrevues de citoyens qui avaient fait des suggestions; une ligne ouverte permettait de recevoir les suggestions des téléspectateurs. Les suggestions étaient reproduites par un architecte-dessinateur sur de grandes feuilles de papier; ainsi les spectateurs pouvaient commenter à loisir toutes les suggestions. Une personne, par exemple, pouvait proposer un toit rond plutôt que plat. Les représentations visuelles permettaient aux correspondants de mieux articuler, de mieux préciser leurs suggestions. L'architecte-dessinateur demandait à l'occasion des commentaires sur des suggestions antérieures. Ce procédé de la représentation visuelle des suggestions s'est avéré des plus efficaces.

D'autres formes de participation du public ont été expérimentées. L'émission *Farm Forum* de Radio-Canada comprenait deux parties; la première présentait un panel de représentants de diverses régions; la deuxième, les commentaires des auditeurs sur la discussion de la semaine précédente.²⁵

"Sur le vif"²⁶, une émission d'affaires publiques réalisée à Ottawa, sollicitait les suggestions, questions et commentaires du public. Après l'émission, on poursuivait l'enregistrement magnétoscopique des hôtes répondant aux appels téléphoniques qui pouvaient être utilisés dans l'émission suivante; on superposait alors la remarque suivante: "extraits d'appels reçus (jour)". Certains commentaires devenaient le thème d'une émission ultérieure bien documentée. Notons que le public pouvait téléphoner à n'importe quel moment de la semaine, que tous les messages étaient enregistrés et les appels retournés.

De nombreux appels concernaient le bien-fondé d'une rumeur, par exemple, la relocalisation des bureaux de l'Imprimeur de la Reine, appel diffusé avec un montage visuel; on superposait alors cette question: "Cette information est-elle exacte? Qui peut nous le dire? 725-1015." Une autre émission reproduisait l'appel d'une téléspectatrice sur ses problèmes de locataire en relation avec le bill 12. Les animateurs expliquaient ensuite la nature du bill 12 à l'aide de graphiques, de schémas et de photos; suivait une discussion avec deux représentants d'associations de locataires de Hull et Gatineau.

La méthode de la discussion

La méthode de la discussion se sert de l'émission pour rassembler des gens et stimuler chez eux la discussion et l'action qui en découle logiquement. Cette méthode s'insère directement dans le tissu social de la communauté. Elle diffère de l'émission d'entrevues mise au point par les media conventionnels. La différence principale réside dans les relations avec l'auditoire. Plus question ici de communication médiatisée avec des milliers de spectateurs anonymes. Elle implique plutôt des groupes spécifiques. Cette méthode permet des relations plus étroites entre les participants. A partir des commentaires et des suggestions, le groupe propose des actions concrètes.

Déjà dans les années 1940, l'O.N.F. avait des auditoires dans les différentes régions du pays. Des projectionnistes de l'O.N.F. présentaient des films à des groupes déterminés.

Des guides et des programmes de discussion obtinrent un succès mitigé. L'expérience révéla que des groupes peu homogènes nécessitaient un animateur. Une méthode de discussion²⁷ fut mise au point. L'animateur était responsable d'établir un climat de détente et d'échange; les participants discutaient entre eux plutôt que de s'adresser à l'animateur. De petits films-amorces stimulaient la discussion. L'assistance venait pour la discussion et non pour le film.

“Lisez, écoutez, discutez, agissez” était la devise de l’émission radiophonique Farm Forum en 1935²⁸. Elle visait à fournir des solutions concrètes aux problèmes des auditeurs. L’auditoire acquérait ainsi des outils favorisant son action sur une base commune. Le forum se déroulait en trois étapes visant à stimuler la discussion.

D’abord, des documents écrits fournissaient l’information de base. On présentait ensuite un débat entre des participants aux opinions nettement divergentes. Il appartenait finalement au groupe de discuter et d’ordonner ces éléments d’opinion.

A cette époque, les forums et les films de l’O.N.F. fournissaient une information des plus nécessaires. Grâce aux rencontres et à la participation du public, les animateurs des forums connaissaient les besoins de l’auditoire mais au cours des années, il apparut qu’il était nécessaire que les communautés trouvent elles-mêmes les réponses à ses besoins. La discussion sert alors à structurer les groupes et à identifier les problèmes. C’est la méthode de *Société Nouvelle*, de *Parallel Institute Community Development Corporation* de Montréal et de *Sky River Project* en Alaska.

Les commerciaux

Les commerciaux de la télévision conventionnelle durent au maximum une minute et demie. Ils sont rarement conçus dans un but d’explication, mais cherchent plutôt à produire une impression et à l’imposer par la répétition.

Certains commerciaux ont peu de commentaires, mais leurs belles images rappellent les films expérimentaux. Ils tentent souvent d’associer un produit à un style de vie. Les commerciaux sur les boissons gazeuses des années 1960 utilisaient une pléthore de lumières stroboscopiques et de corps hystériques. La mode maintenant est aux séquences bucoliques où grand-papa et grand-maman apparaissent dans des prises de vue très lentes. Les concepteurs de ces messages réalisent sans doute que le public sait qu’un commercial n’a rien à voir avec la réalité; mais il reste que le message est transmis avec autant de clarté.

Le câble a popularisé les parodies de commerciaux et les annonces anti-publicitaires. Les enfants semblent apprécier particulièrement ce genre et excellent à incarner les rôles de l’anti-commercial. Cette anti-publicité peut aussi véhiculer des informations pertinentes.

Les commerciaux suivent la mode de près. Certains simulent une entrevue sur le vif avec l’homme de la rue sortant d’un magasin, un produit exceptionnel à la main. Les commerciaux jouent sur la croyance que certains types d’images sont plus persuasifs que d’autres. Coupures de presse incomplètes et images imparfaites donnent au commercial un relent d’actualité, de vécu. Les émissions sur le câble créent le même sentiment pour des raisons analogues.

Le format court et répétitif des commerciaux est utilisé dans d’autres domaines. Depuis dix ans environ, l’O.N.F. utilise des courtes séquences, de deux à quatre minutes. Elles visent parfois des objectifs spéciaux, comme les problèmes d’apprentissage chez l’enfant. Les commerciaux éducatifs utilisent de nombreux procédés mnémotechniques comme les comptines, refrains, répétitions, histoires visualisées, ou jeux d’associations d’idées. Leur principe de base est le divertissement. Si vous désirez attirer l’attention sur une rencontre publique ou une émission précise, vous pouvez vous inspirer des méthodes de la publicité. Vous devrez capter leur attention avec une image choc, un truc, une blague, ou un son peu familier. Le commercial doit divertir et attirer. La matière sérieuse, c’est la rencontre ou l’émission sur laquelle vous voulez attirer l’attention.

Le C.R.T.C. permet aux systèmes de câble de re-trancher les commerciaux des émissions des stations américaines, ces périodes peuvent servir aux messages d’intérêt public et aux annonces d’événements locaux.

Par exemple, découpez vos émissions en courtes séquences et présentez-les durant ces périodes.

HISTOIRE ET FEUILLETONS

Toute histoire raconte les “aventures” ou les “problèmes” de X. La façon de raconter une histoire est restée sensiblement la même à travers le film silencieux, la bande dessinée, la télévision et le feuilleton. Le genre “feuilleton” se retrouve un peu partout et se transpose facilement d’un medium à un autre. Dans les années 30, les aventures de la “petite orpheline Annie” sont passées de la bande dessinée à la radio. D’autres, du film silencieux à la radio et à la télévision comme les aventures du “Lone Ranger”. Tintin a subi toutes les transformations, comme cet Yvan l’Intrépide qui a enchanté notre enfance. Si vous êtes intéressé à écrire ou produire des séries, les productions d’hier vous fourniront des traits généraux et des lignes de forces qui sont toujours valables. La valeur du feuilleton héroïque réside dans sa manière simple de transmettre une morale genre “vous voyez, il a eu sa leçon”. Ils sont divertissants et reposants. Faites des enregistrements magnétoscopiques qui vous aideront dans la définition de vos personnages. Ces improvisations revues et corrigées vous permettront de les perfectionner.

A la télévision conventionnelle, il existe deux types de séries feuilleton. Le premier concerne les aventures d’un professionnel confronté aux problèmes de son métier. Le second est la mise en situation de problèmes familiaux ou sociaux.

Le héros demeure toujours lui-même, les Tremblay sont toujours la même famille de classe moyenne et Marcus Welby est toujours le bon docteur qui a toujours raison. Elle permet au héros d’affirmer sa force surhumaine, sa sagesse, sa justice, etc. Le personnage séduit parce qu’il devient un de nos familiers.

L'HISTOIRE VECUE ET L'AVENTURE

Une fois établie les personnages, vous devez vous devez renouveler les situations à chaque épisode, les héros peuvent être médecins, policiers, reporters, détectives ou rédacteurs de magazines. Voilà à peu près le répertoire des emplois les plus fertiles en aventures télévisuelles. Le problème s'expose en trois minutes environ. Le reste de l'émission porte sur la recherche d'une solution qui se matérialise au cours de dernières minutes les plus dramatiques: chasse à l'homme ou quelque chose du style.

Le tournage ressemble au tournage de n'importe quel film. Les lieux scéniques sont empruntés à la réalité; par exemple, une scène de meurtre se situera dans un garage souterrain. Les caméras sont au centre de l'action. Elles se déplacent circulairement et prennent la scène dans des angles différents. L'action vue du centre donne un effet de présence très aigu. Le caméra devient l'oeil du spectateur placé au coeur même de l'action.

Ce style de tournage correspond aux normes courantes de Hollywood. Mais il y a d'autres façons de procéder. En 1966, Radio-Canada tournait la première série télévisée filmée à la caméra manuelle (sans trépied): "Wojeck"; on y employait des comédiens non professionnels dans les rôles de soutien.

PROBLEMES DOMESTIQUES

Certains téléromans présentent un suspense repris d'une semaine à l'autre; d'autres forment un épisode complet à chaque semaine. Ces derniers comprennent les comédies de situation ou les émissions pour enfants

Dans ce genre d'émissions, le dialogue, non les coups de feu, crée l'action. La plupart sont tournées en studio.

Les feuilletons d'aventures sont tournés dans des endroits différents et font ensuite l'objet d'un montage. Quand il y a une uniformité du lieu de tournage, le réalisateur fait habituellement un montage à partir de trois caméras pour obtenir une variété de plans.

Le téléroman "De côté-ci de la rivière"²⁹ est un bon exemple d'adaptation locale du genre feuilleton. Le réalisateur³⁰ d'un des huit épisodes disait: "L'histoire fait ressortir les problèmes sociaux d'ici, le chômage, l'éducation, les conflits de générations etc." Ce téléroman met en scène des personnages de Hull.

Les réalisateurs ont utilisé le vidéo portatif pour les extérieurs: dans les établissements commerciaux, les ruelles et les maisons de Hull. Le caractère d'actualité est créé par des personnages aux prises avec des problèmes familiaux. Voici un exemple des dialogues:

Gertrude - Ah non! tu vas pas encore recommencer ton maudit jeu de patience!

Jacques - (avec indifférence continue à jouer tout le temps) Pourquoi pas, ça aide à avoir de la patience!

Gertrude - T'es pas écoeuré de recommencer toujours la même maudite affaire! Tu penses pas qu'ça serait plus utile si tu t'cherchais une job à place?

Jacques - Y en a pas d'job! Tu l'sais ben, criss, tout'l'monde le dit à radio, à télévision, partout!

Gertrude - Est-tu allé au bureau d'placement au moins à matin?

Jacques - Ben oui! Pis l'gars que j'voé y commence à êt' écoeuré de m'voir toué 2-3 jours. Y m'a dit qu'si y'avait qu'chose y m'appellerait, qu'ça servait à rien d'y aller.

Gertrude - C'est toujours ça qu'y disent! C'est rien qu'pour se débarasser d'toé! J'espère que tu laisseras par faire, pis qu'tu vas y aller pareil!

Cette formule permet une mise en scène des problèmes d'intérêt local. Vous pouvez illustrer les problèmes locaux ou les parodier, illustrer les problèmes opposant femmes et médecins, présenter une parodie de Marcus Welby. Tout en sabrant dans les conventions, vous communiquerez des renseignements utiles. Les émissions dramatiques peuvent ainsi servir à diffuser de l'information et à faire évoluer les opinions et les idées.

EMISSIONS A ANIMATEUR-VEDETTE

Les qualités de l'hôte de certaines émissions constituent un des centres d'attraction des media conventionnels. Son rôle peut être celui d'un humoriste (Johnny Carson), d'annonceur-chanteur (Boubou ou Ian Tyson) ou d'un interviewer (Lise Payette ou Patrick Watson). Ces spectacles prennent parfois la forme d'un divertissement, parfois d'une émission d'entrevues et de conversations.

Dans les deux cas, il y a des invités et/ou une série de sujets variés dont l'enchaînement est assuré par l'animateur. Les émissions de discussion, de leur côté, permettent à plusieurs invités de faire le point sur un thème particulier. Dans les réseaux de télévision, ces émissions contribuent à maintenir un réservoir de vedettes polyvalentes. Les mêmes vedettes font régulièrement le circuit de tous les media. Au Québec, ce circuit englobe plusieurs domaines: la radio, la télévision, les journaux de vedettes, le disque et le cinéma. Ces divers media ne se concurrencent pas mais au contraire contribuent à la création d'un réseau de vedettes. Les Américains ont toujours reconnu la valeur de ce système presque absent au Canada anglais.³¹

Le téléphone a modifié sensiblement la structure des émissions d'entrevues surtout en accroissant la participation du public. Lors d'une émission du système de câble Graham,³² un soir où l'invité a fait faux bond, l'animateur décida d'interroger le public. Encore une fois, le câble a l'avantage de posséder les noms et les numéros de téléphone des abonnés. "Bonsoir Mme Tremblay. Ecoutez-vous le canal 3? - "Non." - "Eh bien, madame, si vous syntonisez le canal 3, vous me verrez, je m'adresse à vous en ce moment!"

Voilà qui coince Mme Tremblay entre le téléphone et le téléviseur qui s'adresse directement à elle. Après cet essai, l'animateur a décidé de maintenir la formule tout en invitant des personnalités pour venir discuter politique.

L'émission "This country in the morning" au réseau anglais de Radio-Canada offre chaque matin l'exemple d'une émission combinant le jeu et la discussion avec le public. Tout le pays se trouve impliqué dans les jeux et les entrevues de l'animateur Peter Gzowski qui utilise le téléphone de même que les invités en studio. Un conteur des Maritimes relate une histoire retransmise partout dans le pays. Le lieu et le medium n'ont plus d'importance.

Les émissions d'entrevues télévisées n'ont pas toujours été produites en studio. Au début de la télévision l'O.N.F. a réalisé une série d'entrevues télévisées pour Radio-Canada. Elles ne coûtaient que \$1200 les 20 minutes comparativement à \$25,000 pour 20 minutes de film normal. On employait alors une méthode de tournage sur place bien connue des réalisateurs d'émissions communautaires.

"Dans le temps, ils imprimaient à la fois le son et l'image sur une même pellicule: c'était le "single system". Ce système a été abandonné par les techniciens devenus trop perfectionnistes. C'était difficile à faire d'ailleurs. Lorsque l'on coupe une scène, on coupe aussi la larme sonore. a prend un monteur qui soit à la fois ingénieur du son, réalisateur et auteur parce que, en somme, le montage sonore et visuel se fait dans la caméra"³³.

Il (le producteur) devait savoir, durant le tournage, exactement où il pourrait couper. La musique, les effets sonores et les commentaires devaient être enregistrés à l'avance et alimenter la caméra au bon moment du tournage.³⁴

"On est allé directement faire des séries dramatiques en se servant de la même technique."³⁵

Ces commentaires soulignent les limites du film pour la télévision. Les films sont habituellement montés plan par plan. Les émissions télévisées produites de cette façon ressemblent à un spectacle de théâtre monté scène par scène.

Les entrevues réalisées au magnétoscope portatif comportent la même impression d'immédiateté et de liberté mais d'une façon plus détendue. Dans "Car-mélites de Dolbeau"³⁶, nous visitons, grâce à une permission spéciale de l'évêque, l'intérieur d'un cloître. Nous voyons une religieuse franchir une porte et nous-mêmes, franchissons la porte voisine. Elle tire le rideau d'un huis et nous nous entretenons respectueusement avec elle à travers cette ouverture. Dans une cellule, la caméra va de la croix au lit, de l'armoire à la Bible. Elle présente un gros plan des religieuses arpentant le jardin. Les limites du tournage à une seule caméra favorisent une observation semblable à celle de l'oeil d'un individu: c'est-à-dire un examen de toutes les facettes d'un lieu scénique.

Peut-être parce que ce style d'émission a été mis au point à la radio, cette dernière contribue à l'évolution du "talk show" vers une formule plus ouverte et plus libre. L'exemple suivant est simple, mais indique une démarche intimement liée à la vie d'une communauté.

Ici, l'animateur se met au service de la communauté plutôt que d'obéir à une liste d'invités établie d'avance.

Nous avons eu en ondes de nombreux invités appartenant à la communauté locale, particulièrement des musiciens. Il n'y a pas de formule magique. Nous avons à Vancouver de nombreux musiciens ambulants excellents. Je me promène, j'écoute leur musique et je leur dis: Je suis Allan Garr et j'ai une émission à CKGL-FM, si vous êtes libre dans une heure, j'aimerais vous avoir en studio. C'est une excellente façon de faire connaître les talents locaux.

J'ai eu en studio des gens qui fabriquaient eux-mêmes leurs instruments, par exemple des jeunes qui fabriquaient des tympanons. J'ai eu des musiciens ambulants qui allaient devenir membres de l'Orchestre National de la Jeunesse. J'ai eu des flûtistes, des guitaristes, des gens qui parlaient de jazz, toutes les genres de musiques. Je procédais de la même façon pour les poètes, quoiqu'il y ait moins de poètes publics que de musiciens ambulants. Vous leur laissez savoir que vous mettez les ondes à leur disposition. Ils viennent.

Nous tentons de mettre l'accent sur les ressources de la communauté, celles qui ne se laissent pas arrêter par les barrières de classes. Il y a des besoins d'information que les systèmes d'éducation ne comblent pas et, très souvent, les gens ne savent pas où les trouver. Nous invitons des mécaniciens à nous parler de mécanique automobile, les gens appellent et posent des questions. Nous abordons aussi des questions comme la désuétude planifiée, les projets de General Motors et les dangers de certains styles de conduite. Nous avons invité des gens qui font eux-mêmes leur vin, des gens qui parlent de tissage, de cuisine, de jardinage, d'élevage de chèvres, de fabrication de chandelles. Nous parlons aussi de cinéma, de la technique de la caméra.

Nous abordons les problèmes de la survie dans le monde moderne, des problèmes qui en principe intéressent un auditoire que nous situons entre 15 et 35 ans. J'invite aussi des médecins, des spécialistes avec lesquels nous discutons de problèmes particuliers, de la philosophie de la médecine occidentale ou de la raison pour laquelle les soins sont tellement coûteux. Nous parlons aussi avec des spécialistes de l'acupuncture.

N'allez pas croire qu'il ne s'agit que d'un grand standard téléphonique où défilent les événements du jour. Je me suis rendu compte que mes auditeurs étaient aussi intelligents que je pouvais l'être, mais que moi, j'avais accès à davantage d'informations que la plupart d'entre eux. Je trouve cela passionnant de présider à ces échanges d'information. C'est un émerveillement perpétuel de voir s'allumer chez les gens quelque chose qui va me donner plus de prise sur ma vie, plus de contrôle sur ma destinée." C'est cela mon émission, un divertissement fonctionnel.

Comme vous venez de le voir, il y a plusieurs styles d'émissions correspondent à des besoins divers. Grâce au débat et à la discussion, vous pourrez établir avec votre auditoire des relations beaucoup plus efficaces et fonctionnelles que peuvent le faire les émissions des media conventionnels. En combinant le téléphone et la radio ou tout autre medium, vous mettrez sur pied un système de diffusion d'information adapté aux besoins de la communauté. Souhaitons que vous puissiez trouver dans les différentes formules présentées ici des idées convenant à votre situation.

Comme vous l'avez vu également, même les formules conventionnelles connaissent une évolution due à une recherche de formes correspondant aux besoins individuels qu'il s'agisse de la survie ou simplement du divertissement de la communauté desservie. L'expérimentation reste le seul moyen de connaître les modifications nécessaires. Finalement le secret réside dans une utilisation extensive des outils, du medium afin d'en arriver à ce qu'ils transmettent réellement nos messages.

1. *Through Navaho Eyes: An Exploration in Film Communication and Anthropology*. Sol North and John Adair, Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 1972.

2,3. Bandes vidéo *Réalisées par Patrick Kelly au Nova Scotia School of Art and Design*.

4. Expérience de télévision active menée par Mike Mills, Paul Haley et John Carter à l'Université de Pennsylvanie.

5. "Spectacle Téléthon", Vidéotron Ltée, Beloeil, Québec. La plupart des bandes magnétoscopiques mentionnées ici ont été trouvées dans différents systèmes de câble grâce au travail de la Direction de la recherche du C.R.T.C., au cours de l'été 1972. Notons que la Direction de la recherche s'intéresse aux réalisations audio autant qu'aux réalisations visuelles de tous genres.

6. Central Cable Television Ltd., Collingwood, Ontario.

7. Jarmain Cable TV Ltd., Newmarket, Ontario.

8. Campbell River TV Association, Campbell River, Colombie Britannique.

9. Vidéotron Ltée, Beloeil, Québec.

10. On peut obtenir des copies du Vidéographe, 1604, rue St-Denis, Montréal, Québec.

Envoyer une bande magnétoscopique demi-pouce d'une durée de 60 minutes, une enveloppe de retour affranchie, votre nom et adresse et le titre de la bande désirée.

11. Rogers Cable TV, Toronto, Ontario.

12. Les textes démontrent comment le magnétoscope a été utilisé pour enregistrer les opinions et les griefs des gens du Labrador, pour ensuite montrer cet enregistrement aux responsables à Ottawa, et enregistrer, à leur tour, les réponses fournies par le gouvernement. S'adresser à l'Université Memorial de Terre-Neuve, Service de l'extension pour obtenir: "Transcription of the videotape presentation on the study of communications on the Labrador Coast to the Department of Communications and the Bell Telephone Company of Canada, Labrador 1970." Voir aussi: "An interview with the Honorable Eric Kierans, Minister of Communications and Memorial University of Nfld Extension Service on Communications on the Coast of Labrador, Ottawa, December 4, 1970."

13. "La diffusion se ferait au moyen d'un microphone rudimentaire et d'un amplificateur placé dans une boîte relié directement à l'émetteur. Le coût de cet équipement est de \$200, contrairement aux prix de \$3,000 à \$8,000 pour un studio élémentaire. On insisterait surtout sur la nécessité de satisfaire les besoins d'information locale et non pas d'imiter le style de la radio conventionnelle qui généralement ne fournit qu'une médiocre musique de fond.

14. Canadian Wirevision Ltd., Vancouver, Colombie Britannique.

15. "Assemblée du conseil". Gagnon TV Ltée, St-Félicien, Québec.

16. *Pond Inlet Field Trip*, par Doug Ward, Radio-Canada, mars 1973.

17. *U titky twitky*, Graham Cable TV Ltd., Toronto, Ontario.

18. Calgary Cable, Calgary, Alberta.

19. Produit par le Club de chasse et de pêche de Dolbeau, Québec.

20. Parallel Institute, case postale 6, station D, Montréal 6, Québec.

21. A Radio-Canada, les premières formes d'émissions de participation centrées sur des sujets "d'intérêt spécial" (1937 à 1953) sont nées du principe du groupe d'étude; la radio devenait un moyen d'éducation populaire. Déjà en 1932, les départements d'extension des universités se servaient de la radio de cette façon (Université St-François-Xavier), et en 1936 un certain nombre de ces départements se sont réunis pour fonder l'Association

canadienne pour l'éducation des adultes. Cette association fut à l'origine de l'émission d'éducation populaire pour groupes ruraux, *Inquiry into Co-operation* (1939), et la fameuse émission National Farm Radio Forum (1941-1953).

Au cours de ces années, Radio-Canada a accordé à de nombreux groupes communautaires, l'équipement nécessaire et des périodes de diffusion régulières, pour la réalisation de leurs émissions. En 1937, "Workers Educational Association" a produit une série d'émissions sur les relations de travail. L'Institut canadien des affaires internationales a aussi réalisé de nombreuses émissions entre 1939 et 1942. Pendant la guerre, ces deux organismes participèrent à la création d'une série visant l'éducation de la population sur les problèmes de l'après-guerre. Cette série allait devenir le très populaire *Citizens Forum*.

22. *Citizens Forum: Its origins and development, 1943-1963*, Richard G.Q. Mackie. Thèse de maîtrise, Université de Toronto, 1968, p.111.

23. Un groupe qui faisait des émissions à Keeble Cable, Toronto, Ontario.

24. Un groupe qui faisait des émissions à Rogers Cablevision, Toronto, Ontario.

25. Mackie. p. 109.

26. Une émission locale de Radio-Canada.

27. L'Office national du Film a expliqué cette méthode en 1955 dans un film intitulé *Let's Talk about films*.

28. "La radiodiffusion canadienne, un système unique". Enoncé de politique sur la télévision par câble, C.R.T.C., 16 juillet 1971. Avis public: Décision 72-364, 21 décembre 1972, Calgary, Alberta; Décision 73-396 3 août 1973, La télévision par câble sur l'île de Montréal; Décision 73-395, 3 août 1973, La télévision par câble en Nouvelle-Ecosse et au Nouveau-Brunswick.

29. Réalisé au Laurentien Cablevision, Hull, Québec, par Denyse Marcoux, Denyse Lafleur-Achim; texte de Claude Leclerc. On peut obtenir des copies au Vidéographe. Il y a 8 épisodes, d'une durée de 30 minutes.

30. Denyse Lafleur-Achim.

31. Il est intéressant d'étudier le circuit culturel conventionnel à tous les niveaux. Comparez les guides de la télévision du Canada français et du Canada anglais. Le "TV Hebdo" comprend des articles sur les émissions québécoises en plus de l'horaire de la semaine. En 1973, on commença la publication d'une "Encyclopédie Artistique" annuelle, comprenant des biographies et des photos des vedettes de la télévision, des articles sur les diverses stations et leurs émissions, sur les téléthéâtres, le cinéma d'animation, les sports, l'histoire de la télévision, de même qu'une liste des maisons de production, des théâtres, etc., etc. En d'autres mots, une publication des plus utiles pour toute personne possédant un téléviseur mais expliquant et promouvant aussi le système de production. Pour obtenir un exemplaire, adressez-vous à Encyclopédie Artistique, TV Hebdo, Les Publications Eclair Ltée, 9393, avenue Edison, Ville d'Anjou 437, Québec.

TV Guide, sa contre-partie anglaise, est en fait une publication américaine où on insère l'horaire canadien. Elle présente des articles sur la réglementation de la radiodiffusion américaine.

32. Graham Cable TV, Toronto, Ontario.

33. Entrevue de Bernard Devlin, dans *Cinéma d'ici*, par André Lafrance et Gilles Marsolais, Montréal, Editions Leméac, 1973 p.66.

34. *The National Film Board of Canada: Its Task of Communication*, Clifford James. Thèse, Ohio State University, 1968.

35. Devlin, p. 67.

36. Télé-câble de Dolbeau, Québec.

37. Alan Garr, audience publique du C.R.T.C. sur la politique MF, octobre 1973.

Liste de termes

Cette liste de termes veut faciliter la compréhension de certains mots qui apparaissent dans le texte et non proposer un vocabulaire complet des activités propres au film et à la radiodiffusion.

A.C.R.—Association canadienne des radiodiffuseurs. Association professionnelle de propriétaires de stations de radio et de télévision. Adresse: 85, rue Sparks, Ottawa, Ontario.

A.C.T.C.—Association canadienne de la télévision par câble. Association professionnelle composée de propriétaires et d'exploitants d'entreprises de télévision par câble au Canada. Adresse: 130 rue Albert, Ottawa, Ontario.

Aire de rayonnement—Région desservie par une station, selon le genre des ses installations et la qualité de son signal.

Amplificateur—Dispositif électrique qui permet de renforcer un signal radioélectrique (audio et vidéo). En télévision par câble, il sert à intensifier le signal.

Bande—Gamme de fréquences radiophoniques entre deux limites établies et qui sert à des fins bien déterminées; par exemple, la bande de radiodiffusion en modulation d'amplitude s'étend de 535 à 1605 kilohertz, celle de la télévision à très haute fréquence (VHF) de 54 à 216 mégahertz. Ce terme s'emploie aussi pour désigner un ruban magnétique.

B.G.R.—Bureau des Gouverneurs de la Radiodiffusion. Le B.G.R., créé par la Loi sur la radiodiffusion de 1958, réglementa durant 10 ans l'ensemble de la radiodiffusion canadienne. En 1968, le Parlement vota une nouvelle Loi sur la radiodiffusion qui abolit le B.G.R. et institua le C.R.T.C.

Câble (coaxial)—Série de conducteurs isolés les uns des autres et disposés selon des configurations variées, afin d'assumer des fonctions de transmission, de commande et d'alimentation, dans un système électrique. Le câble coaxial permet de laisser "passer" une vaste gamme de fréquences et s'applique particulièrement à l'émission de signaux vidéo.

Canal communautaire—Dans son énoncé de politique sur la télévision par câble du 16 juillet 1971, le C.R.T.C. engageait vivement les entreprises de télévision par câble du Canada à réserver un canal à l'expression communautaire. On l'appelle couramment le canal communautaire. La plupart d'entre eux diffuse des émissions locales, des émissions d'information et des émissions communautaires.

Canal réservé—Canal (en usage ou accessible sur demande) consacré exclusivement à des fins ou services particuliers: la communauté, l'éducation, le multiculturalisme, les bulletins météorologiques, etc.

CBC—Equivalent anglais de Radio Canada.

Cominterphone—Expérience radio-téléphonique tentée dans le nord canadien dans le District du Keewatin, Territoires du Nord-Ouest. Le projet initial remonte à 1971. L'expérience est conduite en collaboration par Radio-Canada, le ministère fédéral des Communications et les Services nordiques de Bell Canada.

Conseil communautaire—Organisme communautaire où siègent des citoyens désignés par la communauté qui assument la responsabilité de l'utilisation et de la programmation du canal communautaire et la répartition des fonds entre les divers secteurs d'activité.

Conseil de développement des media communautaires du Québec—De création récente, le Conseil veut favoriser les initiatives communautaires à tous les échelons de la programmation des media. Le Conseil bénéficie d'une subvention du ministère provincial des Communications. Adresse: 1207, rue Saint-André, Montréal 132, Québec.

Convertisseur—Dispositif électronique qui, branché sur un récepteur de télévision relié au câble, permet la sélection de plus de douze canaux.

C.R.T.C.—Conseil de la Radio-Télévision canadienne. Organisme de réglementation de la radiodiffusion au Canada. Adresse: 100, rue Metcalfe, Ottawa, Ontario, K1A 0N2.

CTV—CTV Television Network. Réseau privé de télévision de langue anglaise. Adresse: 42, rue Charles est, Toronto 285, Ontario.

Demande de licence—Pour exploiter une entreprise de radiodiffusion au Canada, il faut obtenir une licence du C.R.T.C. Une demande officielle doit parvenir au Secrétaire du C.R.T.C., 100, rue Metcalfe, Ottawa, Ontario, K1A 0N2. Les requérantes doivent soumettre une formule de demande officielle, dûment complétée et signée. Le C.R.T.C. procède ensuite à l'examen de la demande au cours d'une audience publique. Suite à cette audience une licence est accordée ou refusée. La durée de la licence est à la discrétion du Conseil; elle ne peut cependant dépasser cinq années.

Directeur de la programmation—Désigne le responsable de la programmation et du contenu des émissions du canal communautaire. Dans les entreprises de moindre importance, le propriétaire assume souvent cette fonction.

Ecran témoin—Module qui permet la vérification ou l'observation de la qualité des images.

Emissions d'information (au canal réservé aux émissions locales)—"Forme de programmation venant en contrepoint avec les émissions communautaires. Elle a comme fonction de renseigner les citoyens sur divers

sujets d'intérêt commun. Ces émissions peuvent être très spécialisées, intéressant des auditoires restreints, ou bien elles peuvent traiter de sujets d'intérêt général. Des émissions d'information devraient favoriser une participation plus grande et plus engagée aux émissions communautaires." Enoncé de politique sur la télévisi

Emissions locales (au canal réservé aux émissions locales)—"Programmation qui comprend ordinairement des reportages sur des événements locaux de toute sorte. Alors que les émissions communautaires supposent que les citoyens participent à leur préparation et à leur réalisation, les émissions locales assurent le reportage sur des activités organisées au plan local sous la surveillance directe du personnel de l'entreprise de télévision par câble." Enoncé de politique sur la télévisi

Emission réseau—Diffusion simultanée d'une émission par deux ou plusieurs stations de radiodiffusion.

En direct—Diffusion d'une émission ou d'un événement au moment même où ils ont lieu.

Entreprise de câble—Voir: Télévision par câble.

E.R.F.P.—Émetteur-relais à faible puissance. Installation automatique servant à relayer la programmation aux localités en réémettant les émissions d'une installation-maîtres

Formule—(1) Caractère général des émissions diffusées par une station, par exemple à la radio: musique et chanson pop, musique de détente, "middle-of-the-road," etc. (2) Terme générique indiquant le genre d'émission, par exemple, magazine, télé-roman, discussion, actualité, variétés, etc.

Global Television Network—Réseau privé de télévision de langue anglaise créé en 1974.

"Hardware"—Désigne l'appareillage technique qui sert à la réalisation et à la diffusion des émissions de radio et de télévision. On utilise aussi le terme quincaillerie. Voir: "Software."

Haut-parleur témoin—Module qui permet l'écoute et la vérification de la qualité du son.

Heures de pointe—Habituellement la période de 18 heures à minuit, qui est celle où l'écoute est la plus élevée.

Indicatif d'appel—Lettres assignées par le ministère fédéral des Communications pour fins d'identification de chacune des stations titulaires de licence.

L.C.R.—*Ligue canadienne de radiodiffusion* Association de citoyens intéressés au développement de la radio et de la télévision au Canada. Adresse: 53, rue Queen, Ottawa, Ontario.

Ligne de raccordement—Relie au tronc principal (câble coaxial) le foyer de chaque abonné de télévision par câble.

Loi sur la radiodiffusion—Mesures législatives qui définissent le système de radiodiffusion canadien et

déterminent les politiques à suivre en vue du développement de ce système. La Loi sur la radiodiffusion de 1968 comprend trois parties: (1) politique de radiodiffusion pour le Canada; (2) création et mandat du C.R.T.C., organisme de réglementation; (3) mandat de la Société Radio-Canada, indiquant ses responsabilités. On peut se procurer un exemplaire de cette Loi, en s'adressant à Information Canada, 171, rue Slater, Ottawa, Ontario.

MA—Modulation d'amplitude. Mode de modulation dans lequel la fréquence de l'onde porteuse demeure constante, tandis que l'amplitude varie suivant les caractéristiques du signal, (535-1605 kilohertz). Distance non limitée au champ de vision. Voir: MF.

Magnétoscope—Appareil qui sert à l'enregistrement et à la reproduction des images et du son sur bande magnétique. Voir: Portapak.

Mélangeur avec commande automatique d'automatiquement le niveau des canaux microphoniques, supprimant la nécessité d'une commande manuelle.

MF—Modulation de fréquence (88-108 mégahertz). Mode de diffusion qui supprime le brouillage électrique et permet une fidélité plus grande que le procédé de diffusion MA (modulation d'amplitude). Sa portée se limite au champ de visio Il y a plus de fréquences MF disponibles que de fréquences MA. Les installations MF sont moins dispendieuses.

Ministère des Communications—Ministère fédéral qui a pour mandat de faire respecter la Loi sur la radio et de régir d'autres secteurs des systèmes de communications au Canada. Il lui incombe d'établir des normes et de veiller à la qualité technique de l'ensemble de la radiodiffusion. On le désigne aussi sous le nom de Communications-Canada. Adresse: 100, rue Metcalfe, Ottawa, Ontario.

Montage—Découpage ou collage d'une séquence. L'opération peut se pratiquer soit électroniquement, soit manuellement.

O.N.F.—Office national du Film. L'O.N.F., institué en 1939 par la Loi nationale du film, a reçu le mandat décrit ainsi par l'ancien directeur John Grierson: "Montrer le Canada aux Canadiens et au reste du monde." Siège social: l'Office national du Film du Canada, C.P. 6100, Montréal, Québec, H3C 3H5. L'O.N.F. a des bureaux régionaux dans toutes les grandes villes canadiennes.

Portapak—Appellation donnée par la Société Sony à son premier magnétoscope portatif. Aussi employée pour désigner tout magnétoscope portatif. Voir: Magnétoscope.

Programmation communautaire (au canal réservé aux émissions locales)—"Il s'agit d'un genre où les citoyens participent directement à la préparation et à la réalisation des émissions. C'est le titulaire de licence du système de câble qui a la responsabilité de décider qui aura accès à ce canal communautaire. Mais pour assurer le plus efficacement possible que l'exploitation de ce canal se fasse au profit des citoyens, pour que

l'accès en soit équitable et pour faciliter la réalisation, les moyens utilisés doivent être aussi variés que possible, afin de répondre aux besoins locaux. On soumettra au Conseil les différends qui pourront se présenter au sujet de l'accès juste et équilibré au canal et que ne peuvent régler entre eux, le titulaire de licence de télévision par câble et la personne ou le groupe qui sollicite l'accès au canal." Enoncé de politique sur la télévisi

Programmation ethnique—Désigne toute programmation conçue dans une langue autre que l'anglais, le français ou les autres langues autochtones du Canada.

Radiodiffuseur—Désigne une personne autorisée par une licence du C.R.T.C. à faire exploiter une entreprise de radiodiffusion.

Radiodiffusion—Désigne toute radiocommunication dans laquelle les émissions sont destinées à être captées directement par le public en général.

Renouvellement de licence—Au Canada, une licence est accordée pour un laps de temps déterminé. Avant l'expiration de cette période, le titulaire doit en demander le renouvellement au C.R.T.C.

Repiquage—(1) Reproduction de la piste sonore d'un medium d'enregistrement à un autre; par exemple, enregistrement de la piste sonore d'un film sur ruban magnétique. (2) A partir d'un original, reproduction d'une ou plusieurs copies de films ou de rubans magnétoscopiques.

Réseau—Canaux et installations nécessaires à une diffusion simultanée d'émission.

Rotation—Système de distribution d'un exemplaire unique d'un film ou d'un ruban magnétoscopique d'une station à une autre par la poste ou par messagerie plutôt que par copies multiples ou diffusion simultanée par micro-ondes ("bicycling").

Secteur privé—Ensemble des entreprises de radiodiffusion propriété d'un particulier ou de corporation.

Secteur public—Ensemble des entreprises de radiodiffusion à propriété publique subventionnées par l'État.

Section—Partie d'une antenne comportant un élément de rayonnement. Une antenne peut posséder plusieurs de ces éléments.

Sélecto-TV—Série d'expériences mises sur pied par Vidéographe au Québec. Les abonnés d'une entreprise de câble reçoivent un catalogue des émissions disponibles à partir duquel ils font leur choix. Les émissions les plus demandées sont ensuite présentées.

Société exploitante de télécommunications ("common carrier")—Entreprise commerciale d'un caractère tel que dans l'intérêt public les services de communication qu'elle dispense doivent être également disponibles à tous. Elle transmet des messages d'un lieu à un autre, à des particuliers, mais non au grand public (par exemple Bell Canada est une société exploitante de télécommunications, mais non Radio-Canada.)

Société Nouvelle—Programme administré par l'Office national du Film sous la direction d'un comité au sein duquel siègent les délégués des ministères ou organismes suivants: Agriculture, Communications, Société centrale d'hypothèque et de logement, Santé nationale et Bien-être social, Affaires indiennes et du Nord, Travail, Main-D'Oeuvre et Immigration, Expansion économique régionale, Secrétariat d'État, Citoyenneté. Elle veut améliorer les communications, instaurer une meilleure entente, lancer de nouveaux projets et provoquer l'évolution sociale par le truchement des media. L'O.N.F. a institué ce programme en 1967. Il revêtit un caractère officiel en 1970-1971, alors que les autres ministères et organismes de l'Etat furent invités à y participer. Adresse: C.P. 6100, Montréal 101, Québec.

Société Radio-Canada—Réseaux publics de radio et de télévision de langues française et anglaise au Canada, dont le mandat fut défini d'abord dans la Loi sur la radiodiffusion canadienne de 1936 et maintenant par la Loi sur la radiodiffusion de 1968. Voir: Loi sur la radiodiffusion.

"Software"—Terme emprunté au vocabulaire de l'informatique désignant le contenu intellectuel et interprétatif d'une émission; la bobine du magnétophone fait partie du "Hardware", l'émission que l'on y enregistre appartient au "Software". Voir: "Hardware".

Son synchro—Mise en corcordance de l'image et du son.

S.T.A.C.—Système de télévision à antenne collective Voir: Télévision par câble.

Station affiliée—Station généralement de propriété privée qui, en vertu de contrats et avec l'obligation qui en découle, accorde à un réseau des périodes d'antenne afin de diffuser les émissions de ce réseau, les autres émissions étant choisies par la station.

Station indépendante—Désigne une station de radio ou de télévision qui n'est pas affiliée à un réseau. Elle produit une partie ou la totalité de sa programmation et peut acheter diverses émissions de producteurs indépendant

Studio—Salle conçue en vue d'enregistrements vidéo ou audio, du tournage de films ou de la production d'émissions en direct.

Système de télévision à antenne commune—(Ne pas confondre avec système de télévision à antenne collective). Système améliorant la réception télévisée dans les grands immeubles; supprime la nécessité d'antennes individuelles (en Anglais: MATV).

T.C.F.—Télévision en circuit fermée. La télévision qui n'est ni émise ni captée par voie hertzienne, mais distribuée par câble depuis son point d'origine jusqu'à un récepteur.

Télécinéma—Appareil de projection servant à la télédiffusion de films ou de dispositives.

Télé-Inter Cité—Troisième réseau français de télévision; il diffusera ses premières émissions à partir de l'automne 1975

Télévision par câble—Installations qui, à l'aide d'antennes complexes, captent les signaux de télévision des régions voisines ou éloignées et les relaient par câble aux foyers des abonnés. La télévision par câble requiert l'installation d'un branchement spécial à même le téléviseur à domicile. Les entreprises de télévision par câble perçoivent une mensualité en échange de ce service. Le Canada est le pays le plus câblé au monde.

Télévision payante("Pay TV")—Système de distribution de produits audio-visuels (films, émissions, etc.) exigeant un paiement pour chaque item, grâce à un mécanisme attaché à son appareil. Ce service (que l'on retrouve dans les hôtels, etc.) peut également se retrouver dans les foyers et peut comporter des émissions spéciales exclusives à ce système.

Tête de ligne—Point d'entrée des signaux transmis et modulés par un système de télévision par câble. Les modulateurs en tête de ligne acheminent les signaux sur la fréquence du canal.

THF—Très-haute fréquence.(VHF). En télévision, toute fréquence de 54 à 216 mégahertz. Canaux 2 à 13. Aussi appelé hyperfréquence ou ondes métriques.

Titulaire de licence—Personne (ou groupe) autorisée par une licence de radiodiffusion du C.R.T.C. à exploiter une entreprise de radiodiffusion.

"Travelling"—Désigne un déplacement de la caméra (avant, arrière ou latéral).

TVA—*Les Télé-diffuseurs Associés*. Réseau privé de télévision de langue française. Adresse: 1405, Alexandre-DeSève, Montréal, Québec.

T.V.C.: Télévision communautaire—Voir aussi canal communautaire.

UHF—Ultra-haute fréquence. En radio et en télévision, toute fréquence de 300 à 3000 mégahertz. En télévision, canaux 14 à 83. Aussi appelé ondes décimétriques.

Vidéo demi-pouce—Format répandu de ruban magnétoscopique. On s'en sert généralement en programmation communautaire. La mise au point, par l'O.N.F., d'une technique de montage (voir Bibliographie) en a grandement amélioré la qualité. Des rubans magnétoscopiques de 1/4, 3/4, 1 et 2 pouces sont aussi disponibles.

Vidéographe—Entreprise à but non lucratif dont les principaux objectifs sont la démocratisation de l'accès à l'équipement magnétoscopique et le développement des communications communautaires. Son équipement est accessible aux citoyens et aux groupes dont les projets ont obtenu l'approbation du comité de planification. Il possède, en plus de ces installations de production et de montage, un vidéo-théâtre et une magnétothèque. Des projections sont présentées dans la salle de visionnement de 155 places, grâce à six écrans témoins de 24 pouces placés en cercle. Ouvert de 9.00 heures à 24.00 heures, on peut y visionner les vidéogrammes réalisés par les citoyens ou les groupes communautaires. En outre, Vidéographe repique gratuitement tout enregistrement (à condition d'envoyer un ruban demi-pouce d'une durée de 30 minutes). On peut recevoir le catalogue des émissions en écrivant à l'adresse suivante: Vidéographe, 1604, rue Saint-Denis, Montréal 129, Québec.

Volet—Procédé électronique par lequel une image peut se substituer à une autre en décrivant habituellement une forme géométrique, de gauche à droite, de haut en bas, etc.

Vumètre ou décibelmètre—Indicateur de puissance d'un microphone quant aux autres sources de son tel qu'établi à l'aide des contrôles de volume.

Bibliographie

Ouvrages généraux

- Artscanada. "The issue of video art," vol 30, no 4, October 1973.
- Babin, Pierre, et l'Equipe monde et foi. *L'audio-visuel et la foi*. Lyon: Editions du Chalet, 1970.
- Boyle, Harry J. "The media control institutions in society: Canada and the U.S. compared." In *Communications in Canadian society*. Edited by Benjamin D. Singer. Toronto: Copp Clark, 1972.
- Canada. Canadian Radio-Television Commission. "Hearing on, The air of death." Transcript pp. 567-659 discuss the problems of modern documentary making: D. Leiterman, W. Jersey, and J. Grierson.
- , Comité spécial du Sénat sur les mass media (Commission Davey). *Rapport des délibérations*, no 1 à 43, 21ème session de la 28ième Législature. Ottawa: Imprimeur de la Reine, 1969-1970.
- , Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse (Commission Davey). *Rapport*. 3 vol. Ottawa: Imprimeur de la Reine, 1970.
- , Conseil de la Radio-Télévision canadienne. *Rapport annuel*. Ottawa: Information Canada, 1968-.
- , Department of Communications. *Only Connect*. Report of the Task Force on Citizens Communications. In preparation.
- , Ministère des Communications. *Univers sans distance: rapport sur les télécommunications au Canada*. Ottawa: Information Canada, 1971.
- Ebacher, Robert. *De la tribu électronifiée à l'homme participant*. Montréal: Office des Communications sociales, 1972.
- Faris, Ronald L. "Adult education for social action or enlightenment: an assessment of the development of the Canadian Association for Adult Education and its radio forums from 1935-1952." Thesis, University of Toronto, 1971.
- Gwyn, Sandra. *Film, video-tape and social change*. Report of the seminar on film, video-tape and social change held at Memorial University. St. John's, Nfld.: Memorial University of Newfoundland, 1972.
- Kenney, Gerry. "Notes on communications in communities of the northern parts of the provinces of Manitoba, Saskatchewan, Alberta, and BC." Montreal: Arctic Institute of North America, 1972.
- Lafrance, André, et Marsolais, Gilles. *Cinéma d'ici*. Montréal: Editions Leméac, 1973.
- Peers, Frank W. *The politics of Canadian broadcasting, 1920-51*. Toronto: University of Toronto Press, 1969.
- Pool, Ithiel de Sola. *Talking back: citizen feedback and cable technology*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1973.
- Prang, Margaret. "The origins of public broadcasting in Canada" (with comment by G. Spry). *Canadian Historical Review*, vol 46 (1965), pp 1-34, 134-141.
- Singer, Benjamin D. *Feedback and society*. Lexington, Mass.: Lexington Books, 1973.
- , ed. *Communications in Canadian society*. Toronto: Copp Clark, 1972.
- Spry, Graham. *Culture and entropy: a lay view of broadcasting*. Seminar of the Royal Society on communications into the home, 17 March 1972.
- Squire, R., and Stepinac, Steve. "The CRTC hearing into 'Air of death': two comments on the regulation of controversial broadcasting." *Canadian Communications Law Review*, vol 1, December 1969, pp 132-159.
- Stach, Erwin, "Communications in the North." *Canadian Communications Law Review*, vol 2, December 1970, pp 145-176.
- Telenation*. Canadian Broadcasting League newsletter. Publication Section, Canadian Broadcasting League, P.O. Box 1504, Ottawa, Ontario K1P 5R5.
- Television Basics, 1970-71*. Bilingue. Toronto: Bureau de Télévision du Canada, 1971.
- Weir, E. Austin. *The struggle for national broadcasting in Canada*. Toronto: McClelland and Stewart Ltd., 1965.

Législation et réglementation

- Atkey, Ronald. "The provincial interest in broadcasting under the Canadian constitution." *Canadian Communications Law Review*, vol 1, December 1969, pp 212-274.
- Benoist, Bernard. *Positions constitutionnelles sur la radio et la télédiffusion au Canada*. Montréal: Institut de recherche en droit public, Faculté de Droit, Université de Montréal, 1965.
- Berry, Paul M., et al. "A right of access to the media, some Canadian reactions." *Canadian Communications Law Review*, vol 2, December 1970, pp 54-69.
- Canada. Conseil de la Radio-Télévision canadienne: "Enoncé de politique sur la télévision par câble." Avis public. Ottawa: C.R.T.C., 16 juillet 1971.
- , Conseil de la Radio-Télévision canadienne. "Règles de procédure du C.R.T.C." DORS71-330. Gazette du Canada, partie II, 28 juillet 1971, pp 1154-1162. Ottawa: Information Canada, 1971.

------. Conseil de la Radio-Télévision canadienne. "Remplacement des émissions à la télévision par câble." Avis public. Ottawa: C.R.T.C. 1er août 1972.

------. Conseil de la Radio-Télévision canadienne. "La télédiffusion par câble au Canada." Ottawa: C.R.T.C., 1971.

------. *Loi sur la radiodiffusion*. Statuts du Canada, chap. 25, 1967-1968.

Canadian Communications Law Review, 5 vols. A publication of the research programme in communications law and policy at the Faculty of Law, University of Toronto, Toronto, 1969-.

Grant, Peter S. *Recueil législatif sur la radiodiffusion et la télévision par câble*. 2 vol. Toronto: Law Society of Upper Canada, 1973.

Johns, Patricia, et al. "Defamation on cable television systems: the legal and practical problems." *Canadian Communications Law Review*, vol 2, December 1970, pp 15-20.

Norwood, John G. "Judicial review of the condition-making power in the 1968 Broadcasting Act; ultra vires and the principles of natural justice." *Canadian Communications Law Review*, vol 1, December 1969, pp 24-46.

Télévision par câble

Association canadienne de la télévision par câble. Nouvelles. A.C.T.C., bureau 908, 130 rue Albert, Ottawa, Ontario.

Cable Report (formerly *Chicago Journalism Review*). Room 607, 192 N. Clark Street, Chicago, Ill. 60601.

Cablevision for continuing education and community programmes. Conference presentation, Regina, Sask. 28-29 November 1972. Stewart P. Thompson, Pres., Association for Lifelong Learning, University of Saskatchewan, Regina Campus.

Canada. Conseil de la Radio-Télévision canadienne. "L'intégration de la télédiffusion par câble au système de la radiodiffusion canadienne." Avis public. Ottawa: C.R.T.C., 26 février 1971.

------. "Nomenclature des propriétaires exploitant des entreprises de télédiffusion par câble autorisés par le Conseil de la Radio-Télévision canadienne." BC-92-170F. Ottawa: Information Canada, 1970-.

------. "La programmation au canal local des systèmes de câble." Avis public. Ottawa: C.R.T.C., été 1972.

------. "Systèmes de télévision par câble au Canada." BC-92-372F. Ottawa: Information Canada, 1972.

Forbes, Dorothy, Tooley, W., and Cameron, D. *Opening the closed circuit*. Report of the Interchurch Broadcasting national study of cable and the community, 1971-72. Don Mills, Ont.: United Church Publishing House, 1974.

Tremblay, Henri, et Landry, Antoine. *La télévision communautaire au Lac Saint-Jean*, Documents Etudes et Recherches 2-26, Direction générale de la planification, Ministère de l'Éducation du Québec, juillet 1972.

Valiquette, Yolande. *Sélectovision*. Yolande Valiquette, Co-ordonnatrice de Sélecto-TV, CP 312, Montréal, Qué.

Radio communautaire

Brintnell, Leigh. "The phantom radio of Pond Inlet." *Electron*, March 1968, pp 30-33.

------. Canadian Broadcasting Corporation. "Community radio in Canada." Report by Marilyn Mercer Toronto: CBC, April 1974.

------. "Evaluation of audio components for community radio." Toronto: CBC, January 1974.

------. *Local news on community radio stations*. Toronto: CBC, July 1973.

------. *Local programming in remote communities*. Report by Douglas Ward. Toronto: CBC, May 1972.

------. *Pond Inlet field trip, radio station CHPI, NWT*. Report by Douglas Ward. Toronto: CBC, March 1973.

------. *Report on the Espanola experiment and the future of CBC community radio*. Report by Douglas Ward. Toronto: CBC, April 1972.

------. *Use of CBC radio repeater transmitters in emergency situations*. Report by Douglas Ward. Toronto: CBC, July 1973.

Charbonneau, Michel, and Lawrie, Robert. "The financing of non-commercial radio in Canada." *Canadian Communications Law Review*, vol 2, December 1970, pp 47-53.

Conseil de la Radio-Télévision canadienne. "La politique de radio de la Société Radio-Canada." Avis public. Ottawa: C.R.T.C., 20 juin 1972.

------. "Projet de politique relative à la radio MF dans le secteur privé." Avis public. Ottawa: C.R.T.C., 19 avril 1973.

Singer, Benjamin D., and Green, L. *The social functions of radio in a community emergency*. Toronto: Copp Clark, 1972.

Techniques de production

Badderly, W. Hugh. *Technique of documentary film production*. Toronto: Saunders, 1963.

Film and video. Atlantic regional newsletter of the NFB. Halifax, NS: NFB, 1572 Barrington St.

Goldberg, Michael. "A portapak manual." In preparation. 261 Powell St., Vancouver, BC.

Journal of the SMPTE (Society of Motion Picture and Television Engineers). Monthly, 9 East 41st Street, New York, NY 10017.

Laut, J., Kruger, K., and Ross, R. "Super 8 in the teaching of film production." *Journal of the SMPTE*, vol 80, March 1971, pp 728-730.

Margolis, G., Holmes, R., and Gwynne, R. "Make your portable equipment really portable: backpack it." *Educational and Industrial Television*, January 1973, p 44.

Mattingly, Grayson, and Smith, Welby. *Introducing the single camera VTR system; a layman's guide to video tape recording*. New York: Scribner's, 1973.

Millerson, G. *Techniques of television production*. New York: Hastings House, 1972.

Newell, G. "State of Super 8." *Canadian Photography*, January-February 1972, p 9.

Office national du Film du Canada. *Bulletin technique no 10. Modifications apportées au magnétoscope en vue d'améliorer le montage des enregistrements magnétoscopiques sur ruban demi-pouce*. Montréal: O.N.F., décembre 1972.

Régnier, Georges. *Le cinéma d'amateur*. Paris: Larousse-Montel, 1969.

Roberts, K., and Sharples W. *A primer for film making*. New York: Pegasus, 1971.

Sutcliffe, Charles M. "The zoom lens and television production." *Educational and Industrial Television*, November 1973, pp 27-31.

Training manual in use of VTR equipment. Winnipeg, Man.: Institute of Urban Studies, University of Winnipeg.

Vovkapich, Slavko. "A fresh look at the dynamics of film making." *American Cinematographer*, February 1972, p. 182.

Animation communautaire

Access to information: how to know and be know. Report of a seminar sponsored by DOC and DREE, Ottawa, Carleton University, 15-17 May 1970.

Action/Communications: the creation of multimedia, multiscreen presentations by community groups. Canadian Council for International Cooperation. Ottawa: the Council, 1970.

Bregha, Francis. *Participation publique à la planification, aux lignes de conduite et aux programmes*. Toronto: Ministère des Services sociaux et communautaire de l'Ontario, la Direction du développement communautaire, division des services communautaires.

Borrow this book: a St. Catharine's Ont. community handbook to improve communications, 1973. Operation Resource, c/o YMCA, YWCA, Queen Street, St. Catharine's, Ont.

Canada. Secretary of State. *Citizenship Branch media handbook*. Ottawa: Secretary of State, Citizenship Branch.

Draper, James A. *Citizen participation in Canada*. Toronto: New Press, 1971.

The Extension Service and its use of film and video tape in community development. St. John's Nfld.: Memorial University of Newfoundland. A report containing a list of community development films and video tapes available from the Extension Service Film Library.

Green, P.G. *Comment rassembler les gens pour former un groupe communautaire*. Toronto: La Direction du développement communautaire, Secrétariat provincial et Ministère de la Citoyenneté de l'Ontario. Gratuit.

Helical Scan Video Magazine. February 1974—. Video Inn, 261 Powell St., Vancouver, BC.

Hopkins, John, et al. "Video in community development." *Journal of the Centre for Advanced Television Studies*, vol 1, January 1973.

Kreps, Bonnie, and Tener, Lorna, eds. *What was that?: Notes from the Women's Communication Centre*. Toronto: Women's Involvement Programme, May 1973.

Livret documentaire à l'intention des groupes communautaires. Toronto: Ministère des Services sociaux et communautaires de l'Ontario, division des services communautaires, 1972. Gratuit.

Manuel à l'intention de l'animateur d'une discussion. Toronto: Secrétariat provincial et Ministère de la Citoyenneté de l'Ontario, Direction du développement communautaire, septembre 1970. Gratuit.

Medium Media. Publié par Société Nouvelle, 1968—. CP 6100, Montréal, Qué.

Moriarty, J.B. *Behind the third eye*. Toronto: OECA, 1974.

----- . *The third eye: a portapak handbook for teachers*. Toronto: OECA, 1972.

Office de Télécommunication éducative de l'Ontario. *Service de distribution de bandes vidéo aux organismes d'éducation*. Toronto: O.T.E.O., Catalogue des rubans disponibles.

Organization d'un congrès; pour encourager les gens à s'intéresser aux affaires de leur communauté. Toronto: Secrétariat provincial et Ministère de la Citoyenneté de l'Ontario. Direction du développement communautaire, septembre 1970. Gratuit.

Ottawa community media resources. Prepared by the Ottawa Media Access Project with the assistance of DOC. Ottawa: the Project, 1972.

The people's guide to cable Canada. Prepared for the Challenge for Change Programme by Ian Ball. Montreal: NFB.

"Programme source directory, a resource for Canadian community radio stations." Toronto: CBC, Community Radio Office, 1973.

Pyper, Terry. "Neighbourhood information centres, a reexamination of their relationship with the social change sector." *Community Change*, vol 1, no 1, January 1973.

Social Planning Council of Metropolitan Toronto. "Briefly..." How to prepare a brief and present it to a funding body. Toronto: the Council, 1973. 55, York St.

Steinkrauss, W. *Conference planning*. Toronto: Ministry of Community and Social Services, Community Development Branch, Government of Ontario. Free.

Sullivan, R., ed. *Handbook of Montreal media access*. Montreal: Dawson College Press, 1972.

Urban resources handbook. Toronto: Metropolitan Toronto Transportation Planning Review Committee, May 1973.

Video exchange directory: Canadian software supplement. In preparation. Video Inn, 261 Powell St., Vancouver 4, BC.

Zelmer, A.C. *Community media handbook*. Metuchan, N.J.: Scarecrow Press Inc., 1973.

Divers

American Civil Liberties Union. *Soapbox television*. Chicago: ACLU, 1972.

Cablecasting guidebook. Washington, DC: National Cable Television Association, 1973.

"Cable fable." Special issue of the *Yale Review of Law and Social Action*, vol 2, no 2, Winter 1971.

Centre for the Analysis of Public Issues. *Crossed wires: cable television in New Jersey*. Princeton, NJ: New Jersey Appellate Printing, July 1971.

Holzner, B. *Reality construction in society*. Cambridge, Mass: Schenkman, 1968.

Price, Monroe, and Wicklein, John. *Cable television: a guide for citizen action*. Philadelphia: Pilgrim Press, 1972. Office of Communications, United Church of Christ, 289 South Park Avenue, New York, N.Y. 10010.

Radical Software: Journal of the Video Underground. Suite 1304, 440 South Park Avenue, New York, N.Y. 10016.

Schlaflly, Hubert J. *The real world of technological evolution in broad-band communications*. Report for Sloan Commission, September 1970. New York: Teleprompter Corporation, 50 West 44th Street, New York, N.Y. 10036.

Shamberg, Michael. *Guerilla television*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1971. *Télé-distribution; revue technique et d'information de la télévision par câble*. 12, rue des Fossés Saint-Marcel, 7505 Paris.

Sloan Commission. *On the cable: the television of abundance*. New York: McGraw-Hill, 1972.

Stroud, William. *Selected bibliography on telecommunications (cable systems)*. Madison, Wisc.: Wisconsin Library Association, May 1972.

Tate, Charles. *Cable television and the cities*. Washington, DC: The Urban Institute, 1972.

"A short course in cable." New York: Office of Communications, United Church, 1971.

Weiner, Peter. *Making the media revolution*. Toronto: Collier-Macmillan, 1973.

Worth, Sol, and Adair, John. *Through Navajo eyes: an exploration in film communication and anthropology*. Bloomington, Ind.: Indiana University Press, 1972.

